دراسات في ..

نظريات الرأى العام

دكتور

أيمن منصور ندا

كلية الإعلام - جامعة القاهرة

دكتورة

شيماء ذو الفقار زغيب

كلية الإعلام - جامعة القاهرة

المدينة برس



﴿ بسم الله الرحمن الرحيم ﴾

" رَبَّنَا آتِنَا مِنْ لَّدُنكَ رَحْمَةً
وهَيِّئْ لَنَا مِنْ أَمْرِنَا رَشَدًا "

﴿ صدق الله العظيم ﴾

الكهف - الآية ١٠

إهـــداء

إلى إبنتنا الغالية

نــــادين ..

أملاً في غدٍ أفضل

ومستقبل أجمل .

جدول المحتويات

إذا كان "الانفجار المعرفى والمعلوماتى" يمثل "سمة عامة" للعقدين الأخيرين من القرن العشرين، فإنه يمثل "سمة خاصة" و "علامة مميزة" لمجـــال تطـــور نظريـــات الإعلام بصفة عامة ونظريات الرأى العام بصفة خاصة، بحيث يمكن القول إن ما تـــم إنتاجه من نظريات ومقاربات وفرضيات علمية خلال هذين العقدين يكاد يفوق ما تـــم إنتاجه خلال السبعين عاماً السابقة عليها. يضاف إلى ذلك، وينتج فى الوقت ذاته عنـــه، أن هذه النظريات أصبحت، بحكم التراكم العلمى، أكثر عمقاً واستيعاباً لطبيعة الـــرأى العام من ناحية، وأكثر تحديداً ومنهجية فى قياس العوامل المرتبطة به والمحددة له مـــن ناحية أخرى.

وإذا كان الباحثون فى الرأى العام والمنظرون له قد حـــاولوا، طـــوال ســـبعين عاماً، إيجاد "نظرية عامة" للرأى العام: تصف آلياته، وتحدد مكوناته، وتحلل علاقاتـــه، وتتنبأ باتجاهاته، بما يمثل "اتجاهاً بحثياً أفقياً"، فإن الباحثين فى العقدين الأخـــيرين قـــد اتجهوا إلى "التخصص الدقيق" وإلى "الاتجـــاه رأســـياً" فـــى دراســـة الـــرأى العـــام، الأمر الذى أدى إلى ظهور عشرات النظريات "المتخصصة" والمتعمقـــة فـــى دراســـة جزئيات محددة وأبعاد معينة، من ذلك مثلاً ذلك العدد الكبير من النظريات والمقاربـــات التى حاولت دراسة معتقدات الأفراد ومدركاتهم عن اتجاهات الرأى العـــام وتوجهاتـــه **Public Beliefs About Beliefs of the Public** أو بمعنى أدق "كيف يدرك الرأى العام الرأى العام". **Public Opinion About Public Opinion**، ومـــن هـــذه النظريـــات والمقاربات (التى لم تحظ حتى الآن باهتمام كاف من الباحثين العرب) نظرية تكويـــن المعنى **Sense Making Theory**، ونظرية تأثرية الآخرين **Third- Persons Effect** ونظرية دوامة الصمت **Spiral of Silence** ونظريـــة الاتفـــاق (الاجمـــاع) الزائـــف **False Consensus Theory** ونموذج التوقعات (الاستنتاجات) المستمدة مـــن وســـائل الإعلام **Persuasive Press Inferences**، وفرضية النظرة العدائية تجاه وسائل الإعلام **Hostile Media Effect** وغيرها.

أما على صعيد الاتجاهات، والتى يعتبرها كثير من الباحثين مرادفاً لمصطلـــح الرأى العام ذاته أو على الأقل أهم أبعاده وأبرز مكوناتـــه، فقـــد تشـــعبت النظريـــات

والمقاربات المتعلقة بها تشعباً كبيراً، وظهرت توجهات بحثية عديدة ومدارس علميـــة متنوعة داخل كل شعبة منها، من ذلك مثلاً الاتجاه المعرفى فى دراسة الـــرأى العـــام والذى يندرج تحته منظور معالجة المعلومـــات **Information Processing** بنظرياتـــه ونماذجه المختلفة (مثل: **النمـــوذج الاحتمـــالى المنطقـــى Probabilogical Model**، ونماذج التوقع – القيمة **Expectancy- Value Models** ونظريـــة تكـــامل المعلومـــات **Information Integration Theory** وغيرها).

ويندرج تحته، أيضاً، منظـــور الاســـتجابة المعرفيـــة **Cognitive Response** بنظرياته ونماذجه المتعددة (مثل: نظرية إدراك الذات لبيم **Bem's Self- Perception Theory**، ونموذج احتمالية إعمال العقل **Elaboration Liklehood Model** ونمـــوذج بريكلر ووجنز **Breckler & Wiggins** وغيرها).

كما يندرج تحت هذا الاتجاه (الاتجاه المعرفى) بعض نظريات الرأى العـــام ذات الطابع السياسى (مثل نظرية التهيئة المعرفية **Cognitive Priming Theory**، والنموذج الديناميكى للاختيار السياسى **Dynamic Model of Political Choice** ونموذج الاختيار العقلانى **Rational Choice Model** وغيرها).

نخلص مما سبق إلى حاجتنا – كباحثين عرب – إلى رســـم **"خارطـــة جديـــدة"** لنظريات الرأى العام، وتغيير "الحدود التقليديـــة" و "الأطـــر الكلاســـيكية" و "الأبعـــاد النمطية" التى لم تعد تلبى الاحتياجات البحثية الراهنـــة ولا تقـــوم بدورهـــا الوظيفـــى التفسيرى فى مجال الرأى العام. ولن يتأتى ذلك إلا من خلال رصد ومتابعة الاتجاهات والنظريات الحديثة ومحاولة اختبارها وإخضاعها لمتطلبات واقعنا العربى بخصائصـــه وسماته الخاصة، كخطوة أولى (وإن طال زمنها وتعرض لها كثيرون بالنقد) نحو بنـــاء نظرية أو عدة نظريات عربية تفسر ظاهرة الرأى العام فى عالمنا العربى وتســـتطيع التنبؤ باتجاهاته وتوجهاته على نحو دقيق، ولسنا نرى فى ذلك إفراطاً فى التفـــاؤل وإن اتهمنا البعض بذلك، أو نراه "مهمة مستحيلة" وإن اعتبرها البعض كذلك.

والكتاب الذى بين أيدينا مقسم إلى جزئين، اختص بكـــل جـــزء منـــهما أحـــد المؤلفين، وهما:

الجزء الأول: ويتكون من فصلين وأربعة مباحث، ويتناول نماذج من النظريات التـــى حاولت دراسة معتقدات الأفراد ومدركاتهم عن اتجاهات الرأى العام وتوجهاته.

ففى الفصل الأول وعنوانه "نظرية تأثرية الآخرين فى دراسات الرأى العـــام: "نشـــير إلى جذور النظرية وفروضها ومتغيراتها الأساسية ونتائج بعض الدراسات التـى تم تطبيقها فى المجتمع الغربى، ونعرض لنتائج ثلاث تطبيقـــات تـــم إجراؤهـــا لاختبار النظرية فى المجتمع المصرى.

وفى الفصل الثانى وعنوانه "ظاهرة توهم المعرفة": فى استطلاعات الرأى العام فـــى مصر "نشير لمفهوم "توهم المعرفة" فى الدراسات النفسية الاجتماعيـــة، وفـــى دراسات الرأى العام والنظريات المفسرة لحدوث الظاهرة، مركزين علـــى دور وسائل الإعلام فيها، ونعرض لنتائج الدراسة التى تم تطبيقها على ثلاث قضايـــا مجتمعية شغلت الرأى العام المصرى وقت تطبيق الدراسة.

الجزء الثانى: ويتكون من فصلين أيضاً وأربعة مباحث، ويتناول نماذج للنظريات التى ركزت على تشكيل اتجاهات الرأى العام وذلك من المنظور المعرفى.

ففى الفصل الثالث وعنوانه "نظرية التهيئة المعرفية": نشير إلى النظرية مـــن حيـــث جذورها وفروضها ومفاهيمها الأساسية ومنهجية قياســـــها، ونعـــرض لنتـــائج تطبيقها على عينة من طلاب الجامعة فى مصر، وذلك بالتطبيق على موضـــوع "أداء الحكومة المصرية".

أما الفصل الرابع وعنوانه "نماذج تشكيل الاتجاهات من منظور الاستجابة المعرفيـــة": فنعرض فيه لنموذجين مـــن نمـــاذج منظـــور الاســـتجابة المعرفيـــة وهمـــا: نموذج احتمالية إعمال العقل (ELM) ونمـــــوذج التلقـــى – القبـــول – العينـــة **Reception – Acceptance- Sample Model**، ونقدم عرضاً لنتائج تطبيقين تـــم إجراؤهما لاختبار متغيرات هذين النموذجين فى المجتمع المصرى، ثم نعـــرض لنموذج مقترح (نموذج REA) يمكن من خلاله إحداث نوع من التكـــامل بيـــن هذين النموذجين.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن الدراسات الأربعة التى يتضمنها هذا الكتاب إضافة إلى كونها تقدم نظريات ونماذج جديدة نسبياً فى دراسات الرأى العام العربية فإنها تحتــوى على رصد لاتجاهات الرأى العام المصرى تجاه عدد من القضايا المجتمعيـــة المهمـــة التى شغلت الرأى العام المصرى بشكل أو بآخر ومنها:

- قضية المقاطعة مع إسرائيل والولايات المتحدة.
- قضية منح الجنسية المصرية لأبناء المصريات المتزوجات بأجانب.
- قضية إحياء اتفاقية الدفاع العربى المشترك.
- قضية تدريس الثقافة الجنسية فى المدارس والجامعات المصرية.

كما تحتوى على بيانات عن اتجاهات الرأى العام نحو أداء الحكومـــة المصريـــة ونحو قانون التعريفة الجمركية الجديد.

بقى أن نشير إلى أنه لـــولا تشـــجيع ومـــؤازرة أســـتاذتنا الفاضلـــة الأســـتاذة الدكتورة/ منى الحديدى عميد الأكاديمية الدوليـــة لعلـــوم الإعـــلام ولـــولا نصائحـــها وتوجيهاتها لنا ما ظهر هذا الكتاب بصورته الحالية، فالشكر الجزيل لها دائماً، وجزاها الله عنا كل خير.

أيمن منصور ندا

شيماء ذو الفقار زغيب

القاهرة ٢٠٠٣/٨/١

الجـــزء الأول
نظريات إدراك الرأى العام



الفـــصل الأول
نظرية تأثرية الآخرين



نظرية تأثرية الآخرين فى دراسات الرأى العام
أسسها النظرية وبعض تطبيقاتها فى المجتمع المصرى

تمهيد :

تعود جــــذور نظريـــة(*) تأثريـــة الآخريـــن(**) Third- persons Effect إلـــى عالم الاجتماع الألمانى فيليبس دافيسون Philips Davison (١٩٨٣) الذى لفت انتباهـــه مجموعة من الملاحظات والتجارب دفعته إلى وضع نظريته[١] التى تطورت من مجرد ملاحظة قد تبدو، للبعض ، خادعة Intriguing إلى مجال خصب للدراسات الإعلاميـــة Fertile Line of Communication Researchs[٢].

وينظر بعض الباحثين إلى هذه النظرية باعتبارها "منظوراً مبتكراً وجديـــداً فـــى دراسة الرأى العام"[٣] كما يشير البعض إلى كون فروضها "جذابة جداً"[٤] وإلى كونـــها "مدخلاً رئيساً لقياس تأثيرات وسائل الإعلام"[٥].

وينص الفرض الأساس الأول لهذه النظريـــة علـــى أن "الأفـــراد يميلـــون إلـــى المبالغة فى تقييم تأثير وسائل الإعلام على اتجاهات وســـلوك الأفـــراد الآخريـــن"[٦] بحيث "يعتقدون أن التأثير الأكبر لوسائل الإعلام لن يكون علـــىَّ (الشـــخص الأول): on me :the first person ولا عليك (الشخص الثانى) on you: the second person وإنما عليهم (الأشخاص الآخرين) on them: the third persons"[٧]. أمـــا الفـــرض الأساس الثانى فيشير إلى أن الأفراد، نتيجة لهذا الموقف الإدراكى، ســـوف يتخـــذون موقفاً ويقومون بفعل من شأنه حماية الآخرين من التأثيرات الناتجـــة عـــن التعـــرض

(*) توجد مصطلحات متعددة استخدمها الباحثون لوصـــف هـــذا التوجـــه البحثـــى وتتبـــاين هـــذه المصطلحات من حيث الاتساع والضيق، ومنها: فرضيـــة Hypothesis ،مقاربـــة أو مدخـــل Approach، ، منظور بحثى Perspective، وظاهرة phenomenon وغيرها.

(**) الترجمة الحرفية لهذه النظرية هى "نظرية تأثير الشخص الثالث" غير أنها ترجمـــة لا توضـــح جوهر النظرية أو تعبر عن فروضها بل تعكسها على ما سيتم توضيحه فى متن الدراسة. وقـــد اختار الباحث كلمة "تأثرية، بديلاً عن "القابلية للتأثر" واختـــار كلمـــة "الآخريـــن" بديـــلاً عـــن "الأشخاص أو الأفراد الآخرين" وذلك كمحاولة لصك مصطلح يتسم بالوضوح والاختصار مـــن ناحية وبالدقة من ناحية أخرى.

لوسائل الإعلام(٨).

وتتشابه هذه النظرية، فى منظورها العـــام، مـــع بعـــض النظريـــات والمداخـــل والمقاربات الأخرى مثل نظرية تمثيل المعلومات، ونظريـــة تكويـــن المعنـــى Sense Making Theory ومدخل الاستخدامات والإشباعات من حيث تأكيدها علـــى أن مـــا يدركه الفرد من وسائل الإعلام قد يكون أكثر أهمية من المضمون الذى يتم تقديمه فـــى هذه الوسائل.

كما تتشابه هذه النظرية أيضاً مع بعض نظريات الرأى العام مثل "نظرية توهـــم المعرفة Pluralistic Ignorance و "نظرية دوامة الصمـت" Spiral of Silence مـــن حيث كونها نظريات تركز على أن مدركات الأفراد ومفاهيمهم عن الأحداث هى مـــن الأهمية بالنسبة لتكوين الرأى العام، كما تفترض هذه النظريات أن كثيراً من تصرفـات الأفراد السياسية والاجتماعية هى نتاج لمدركاتهم عن الواقع، ولافتراضاتهم عن البيئـة الاتصالية ولطريقة بنائهم للأحداث السياسية والاجتماعية(٨).

فى الوقت نفسه تختلف هذه النظرية بشـــدة وتتبـــاين منطلقاتـــها مـــع منطلقـــات منظورين معاصرين فى دراسة الرأى العام وهما:-

- نظرية الرؤية المنعكسة(*) The looking Glass Self - View
- نظرية الاتفاق (الإجماع) الزائف False Consensus Theory

وهذان المنظوران يشيران إلى أن الأفراد يبالغون فى تقدير حجم ونسبة الآخريـــن الذين يتفقون معهم فى وجهة نظرهم عن القضايا الاجتماعية والسياسية، كما يشـــيران إلى أن الأفراد يمتصون وجهات نظر الآخريـــن السياســـية والاجتماعيـــة وينســـبونها لأنفسهم. أما نظرية "تأثرية الآخرين" فهى مثال ونموذج للتناقض فى إصدار الأحكـــام Judgmental Contrast، فبدلاً من افتراض أن الآخرين سيستقبلون الرسالة الإعلاميـة ويتأثرون بها بالطريقة التى يستقبلها الفرد ويتأثر بها فإنها تفترض العكس: الآخـــرون سيتأثرون بشدة بما يقال لهم ولكنى "أى الشخص المتحدث" لن أتأثر بهذه الدرجة(١٠).

(*) المقصود بهاالرؤية القائمة على انعكاس الآخرين فى مرآة الذات ، بحيث يظهرون كأنهم يتفقـون مع الفرد فى آرائه وتوجهاته.

وعلى الرغم من تعدد الدراسات التى طبقت نظرية تأثرية الآخرين فـــى الـــتراث الغربى وتناميها بشدة، خاصة منذ منتصف التسعينيات، فإنه لا توجد دراســـة عربيـــة واحدة (فى حدود ما أطلع عليه الباحث) قد حاولت اختبار هذه النظرية فى مجتمعاتنـــا العربية بخصائصها وسماتها الخاصة، وهو ما تحاوله هذه الدراسة.

وعلى هذا تتمثل مشكلة الدراسة وتتحدد أهدافها فى اختبار فـــروض ومتغـــيرات النظرية فى بيئة اتصالية جديدة (المجتمع المصرى) وعلى جمهور يختلف "نسبياً" فـــى سماته وصفاته عن المجتمع الغربى، وصولاً إلى رؤية واضحة لمدى عمومية فـروض هذه النظرية ولدرجة تحققها وثبوتها فى المجتمعات المختلفة.

على أنه لابدّ من الإشارة أيضاً إلى أن الدراسة الحالية، فى جوهرها، هى محاولـة "تنظير" و "ربط" و "استخلاص أطر عامة" من ثلاث دراسات أو تطبيقات منفصلة قـام بها الباحث خلال عام ٢٠٠١ لبلورة مفـــاهيم هـذه النظريـــة ولاختبـــار فروضـــها الرئيسية:-

الدراسة الأولى: تم تطبيقها على ٢٠٠ مفردة (من سكان القاهرة الكبرى) عـــن تـــأثير التعرض لمضمونين تليفزيونيين أحدهما إيجابى (البرامج الدينية) والآخـــر ســـلبى (برامج العنف وأفلام الأكشن)".

الدراسة الثانية: تم تطبيقها على ١٧٠ مفردة (ممن يمتلكون الدش) عن تأثير التعـرض للقنوات الفضائية التى تقدم أفلاماً خليعة "البورنو".

الدراسة الثالثة: تم تطبيقها علـــى ١٠٠ طـــالب مـــن طـــلاب الجامعـــة الأمريكيـــة (ممـــن يســـتخدمون الإنـــترنت) عـــن تـــأثير التعـــرض للمواقـــع الإباحيـــــة (X. & R. Rated Materials).

ويتم عرض نتائج هذه الدراسة "المجمعة" على مستويين:-

المستوى الأفقى: حيث يعرض الباحث لنتائج اختبارات فروض كل دراسة على حـــدة بصورة مستقلة عن الدراسات الأخرى.

المستوى الرأسى: حيث يحاول الباحث تقديم رؤية عامة لنتائج اختبار فروض النظرية فى المجتمع المصرى من خلال التطبيقات الثلاثة.

ويمكن عرض عناصر ومحاور هذه الدراسة من خلال المبحثين التاليين :-

المبحث الأول: نظرية تأثرية الآخرين: جذورها، فروضها، متغيراتها الأساسية ونتـائج تطبيقها.

المبحث الثانى: بعض تطبيقات نظرية تأثرية الآخرين فى المجتمع المصرى .

ويعقب هذين المبحثين مناقشة لأهم نتائج التطبيقات الثلاثة ومقترحات لدراســـات لاحقة فى هذا الموضوع.

المبحث الأول

نظرية تأثرية الآخرين

جذورها، فروضها، متغيراتها الأساسية

ونتائج تطبيقها

جذور نظرية تأثرية الآخرين : ملاحظات دافيسون وتجاربه الشخصية:

أشار دافيسون (١٩٨٣) [١١] إلى عدة ملاحظات وتجارب قادته إلى التفكير ودفعته نحو التوصل لهذه النظرية منها:

(١) الدعاية اليابانية فى الحرب العالمية الثانية:

يشير دافيسون إلى قصة إسقاط القوات اليابانية منشورات دعائيـــة علـــى وحـــدة عسكرية أمريكية فى جزيرة **Iwa Jima** فى المحيط الـــهادى معظـــم أفرادهـــا مـــن الأمريكيين السود ويرأسها ضباط بيض، وتدعو هذه المنشورات السود إلى الاستســـلام أو الانسحاب، لأن هذه الحرب هى حرب ضد الرجل الأبيـــض **White man's war** وليست هناك خصومة مع الرجل الأسود الذى يجب ألا يخـــاطر بحياتـــه أو يضحـــى بنفسه من أجل البيض. وقد كان لهذه المنشورات تأثيرها الفورى ! إذ انســـحبت هـــذه الوحدة فى اليوم التالى، غير أن ما أثار دافيسون فى هذه القصة هو ما قيـــل عـــن أن سبب الانسحاب لم يكن ضغط السود ورغبتهم فى الانسحاب ولكـــن اعتقـــاد الضبـــاط البيض فى أن مثل هذه المنشورات قد يكون لها تأثيرها السلبى الكبير على السود !!

(٢) مؤتمر دور وسائل الإعلام فى تشكيل السياسة الخارجية:

خلال اشتراكه فى مؤتمر عنوانه "دور وسائل إعلام ألمانيا الغربية فـــى تشـــكيل سياسة بون الخارجية" سأل دافيسون عدداً من الصحفيين عن التأثير المحتمل لوســـائل الإعلام فى تشكيل اتجاهات الجمهور نحو هذه السياسات، أجاب الصحفيون بأن "مثـــل هذه المواد الإعلامية قد يكون لها تأثير ضئيل للغاية علـــى أمثالنـــا "الشـــخص الأول" وعلى أمثالكم "الشخص الثانى" ولكنَّ القارئ العادى "الشخص الثـــالث" ســـوف يتـــأثر كثيراً بها" !!.

(٣) تأثير الحملات السياسية فى الانتخابات الألمانية:

أشار دافيسون إلى أنه فى إحدى الانتخابات المحلية فى ألمانيـــا، تطـــوع لخدمـــة مرشح الحزب الذى ينتمى إليه، وقبل موعد الانتخابات بيومين وجـــد دافيســـون فـــى صندوق بريده بعض النشرات الدعائية التى تدعم المرشح المنافس، وقد دهش البـــاحث

من مستوى جودة هذه النشرات وأيقن أنها سيكون لها تأثير كبير، وسوف تجذب عـــدداً كبيراً من الناخبين لصالح هذا المرشح، وبدون تفكير طويل، شرع دافيسون فى إعـــداد منشورات مضادة وبنفس مستواها، وأخذ بنفسه يوزع هذه المنشورات . الغريب، مـــن وجهة نظر دافيسون، أن التحليلات الرسمية التى أعقبت هذه الانتخابات أشارت إلـــى أنه لم يكن لأى من الحملات الدعائية لكلا المرشحين أى تأثير على الناخبين.

وعندها سأل دافيسون نفسه: لماذا افترضت أن المنشورات الدعائيـــة للمرشـــح المنافس سيكون لها تأثير كبير على الآخرين ؟! ".

هذه الملاحظات والتجارب السابقة دفعت دافيسون إلى مراجعـــة أدبيـــات الاتصـــال والرأى العام بحثاً عن دلائل بحثية تؤيد ملاحظاته الأولية وإن كان مـــا وصـــل إليـــه كـــان مجموعة من العبارات والجمل المتناثرة التى قد تشير أكثر من كونها تؤكد، وقد تساعد على بناء نظرية أكثر من قيامها بعملية البناء ذاتها.

فروض النظرية:

أولا: الفرض الإدراكى Perceptual Hypothesis(*):

يشير الفرض الإدراكى، على النحو الذى صاغه دافيســـون (١٩٨٣) إلـــى أن "الأفراد" الذين هم أعضاء فى جماعة ما تستقبل رسالة إقناعيـــة معينـــة، يعتقـــدون أن الرسائل الإقناعية يكون تأثيرها على الآخرين أكبر بكثير من تأثيرها عليهم"(١٢).

ويمكن صياغة الفرض الإدراكى بصورة يمكـــن اختبارهـــا إمبيريقيـــاً علـــى النحو التالى:

"توجد فروق ذات دلالة فى مستوى إدراك الأفراد لتأثيرات وسائل الإعلام علـــى أنفسهم من ناحية وعلى الآخرين من ناحية أخرى، بحيث ينسب الأفراد تأثيرات أكـــبر لوسائل الإعلام على الآخرين مقارنة بهم".

(*) توجد مصطلحات أخرى عديدة أطلقها الباحثون على هذا الفـــرض منـــها: فرضيـــة التحـــيز الإدراكى Perceptual Bias، فرضية فجوة الإدراك Perceptual Gap، فرضية التباين بين الأنا والآخر Self- Other Discrepancy، فرضية إدراك الشخص الآخـــر Third person perception، ويستخدم بعض الباحثين مصطلح المكـــون Component بديـــلا لمصطلـــح الفرض (الفرضية) Hypothesis.

- **الأسس النفسية والمعرفية للفرض الإدراكى:**

توجد عدة تفسيرات حاول الباحثون من خلالها وضع أسس فكرية ومنطقية لـــهذا الفرض منها:

١. **التفسير القائم على فكرة "التفاؤل غير المبنى على أساس واقعـــى Unrealistic Optimism أو الميل (التحيز) نحو التفاؤل Optimistic Bias**. وصــــاحب هــذا التفسير هو "وينشتاين" Weinstion الذى صاغه فى دراسات عديدة له[١٣]، ووفقــاً له، فإن الأفراد، بصفة عامة، يعتقدون أنهم أقل احتمالاً للتأثر بـــالأحداث الســلبية مقارنة بالآخرين، ويعتقدون أنهم أكثر احتمالاً للتأثر بالأحداث الإيجابيـــة مقارنـــة بالآخرين، ويعتقدون أنهم أقل قابلية للاخـــتراق less vulnerable أو للتعـــرض للأخطار مقارنة بالآخرين[١٤] وذلك استجابة وتعبيراً عما يمكن تسميته بـــ "وهـــم التفوق الخادع (الزائف)" illusory superiority[١٥].

وقد وجد هذا الفرض، الذى صاغه وينشتاين ، تـــأييداً كبـــيراً مـــن عـــدد مـــن الدراسات التى أجريت فى عديد من السياقات من ضمنها الإصابـــة بـــالإيدز[١٦]، أخطار الحمل[١٧]، المخاطر الصحية العامة[١٨].

٢. **التفسير القائم على فروض نظرية النسبة Attribution Theory**: ويقوم هـــــذا التفـــسير على مبدأ "خطأ النسبة الرئيســـى" Fundamental Attribution Error (FAE) الذى يحدث عندما ينسب الأفراد تصرفاتهم الإيجابيـــة لعوامـــل مزاجيـــة Dispositional وينسبون تصرفات الآخرين لعوامل موقفيـــة Situational، وفـــى حالة التصرفات السلبية يحدث العكس بالنسبة للفرد، إذ ينســـب الفـــرد تصرفاتـــه لعوامل موقفية وتصرفات الآخرين لعوامل مزاجية[١٩].

ويشير جانثر (١٩٩١) Gunther، اعتماداً على هذا المبدأ، إلى أنه "عندمـــا يتـــم تقدير تأثير الرسائل الإعلامية على الآخرين فإن الأفراد يميلون إلى التقليل من شـــأن العوامل الموقفية (الخارجية) وينسبون، إلى حد كبير، تغير آراء واتجاهات الآخريـــن – نتيجة تعرضهم للوسائل الإعلامية – لعوامل مزاجية خاصة بالآخرين"[٢٠].

٣. **التفســـير القـــائم علـــى فكرتـــى التـــهويل والتـــــهوين / overestimation**

underestimation: يشير بيرلوف perloff (١٩٩٣-١٩٩٦)[٢١] إلـــى أن هنـــاك فكرتين يمكن من خلالهما تفسير وتبرير الفرض الإدراكى:-

- فكرة التهويل: الأفراد يبالغون فى تقدير تأثير وسائل الإعلام على الآخرين.
- فكرة التهوين: الأفراد يقللون من تقدير تأثير وسائل الإعلام على أنفسهم. ولكـــل فكرة من هاتين الفكرتين منطقها ومبرراتها.

(أ) التهويل فى تقدير التأثيرات على الآخرين Overestimation:

ويقوم هذا التفسير على أن الأفراد لديهم بناءات معرفية ومعتقدات تشير إلـــى أن الوسائل الإعلامية لها تأثير كبير على متلقيها، وأن الجمهور لديه قابلية واستعداد للتأثر بهذه الرسائل، وأن تقديم هذه الرسائل فى شكل قصص أو إذاعتـــها حيـــة vivid قـد يعزز من تأثيراتها الإقناعية[٢٢].

(ب) التهوين من شأن التأثيرات على النفس Underestimation:

وتقوم هذه الفكرة على ثلاثة بناءات (مكونات):-

- **معرفى Cognitive:** يشير إلى أن الأفراد لديهم رؤية غـــير واضحـــة لوظائفـــهم النفسية، ومن ثم فإنهم يفترضون أنهم لن يتأثروا بما تقدمه وسائل الإعـــلام مـــن موضوعات.
- **دافعى Motivational:** يشير إلى أن الأفراد يحتاجون إلى الاعتقاد فى كونهم غـير قابلين للتأثر (الاختراق) **Invulnerable** بأحداث الحياة السلبية، وذلك استجابة لمـا يمكن تسميته بـــ "وهم السيطرة / التحكم **illusion of control**" وذلك بهدف دعـــم وتقوية هوية الفرد **one's self identity**.
- **نفسى Psychological:** يشير إلى أن هناك بعض العمليات النفسية التـــى تحـــدث بطريقة لا شعورية تتدخل فى الموضوع، منـــها أن الأفـــراد يســـقطون **project** اعتقاداتهم عن تأثير وسائل الإعلام على الآخرين، وكذلك فإنـــهم ليســـت لديـــهم الرغبة أو القدرة على الاعتراف أمام النفس بأن وسائل الإعلام لها تأثير عليـــهم، ولذلك فإن الأفراد قد يجدون أنه من المستســـاغ نفســـياً **palatable** افـــتراض أن الآخرين هم الذين يتأثرون وليس هم[٢٣].

وفى إطار مقارنته بين نتائج الدراسات التى تشير إلى فكرتى التهويل والتــهوين أشار بيرلوف إلى عدم إمكانية ترجيح فكرة على الأخرى خاصة وأن هناك أدلة بحثية على أن الفرد يقوم بالعمليتين معاً: التهويل والتهوين[٢٤].

• نتائج بعض *الدراسات* المتعلقة باختبار *الفرض الإدراكى*:

وجد الفرض الإدراكى فـــى النظريـــة تـــأييداً إمبيريقيـــا قويـــاً **Robust** مـــن عـــدد كبـــير مـــن الدراســـات، ففـــى دراســـة بـــيرلوف (١٩٩٦) **Perloff** والتـــى عرض فيها نتائج ١٦ دراسة أجريت لاختبار النظرية وجد الباحث أن دراسة واحـــدة فقط هى التى لم يثبت فيها الفرض وهى دراسة جلين وأوســتمان (١٩٨٨) **Glynn & Ostman** وأرجع بيرلوف عدم إثبات الفرض فى هذه الدراسة إلى كونها قـــد حـــاولت اختبار الفرض بطريقة غير مباشرة، إذ كانت تبحث فى أسئلتها عن إدراك التوافق مـــع تأثير الجماعة أكبر من بحثها إدراك التأثيرات المحتملة لرسالة معينة[٢٥].

ويمكن الإشارة إلى نتائج بعض الدراسات السابقة لهذه الدراسة واللاحقة عليـــها علـــى النحـــو التـــالى:- فـــى الدراســـة التـــى أجراهـــا لازورســـا (١٩٨٩) **Lasorsa** لاختبار تأثير المسلسل التليفزيونى **Amerika**[*]، خلصت الدراســـة إلـــى أن ٣١% من المبحوثين يعتقدون أن للمسلسل تأثيراً قويـــاً علـــى الاتجاهـــات السياســـية للآخرين مقارنة بهم، فى حين ذهب ٧% إلى أن تأثير هذا المسلسل عليهم أكـــبر مـــن تأثيره على الآخرين[٢٦].

- **وفى الدراسة التـــى أجراهـــا روسينســـكى وســـالمون (١٩٩٠) Rucinski & Salmon**: خلص الباحثان إلى أن عينة الدراسة مـــن الأمريكيـــن الذيـــن قـــدروا تأثيرات خمس أنواع من الرسائل الاتصالية السياسية على قرارهم التصويتى قـــد ذهبوا إلى أن تأثير هذه الرسائل على الآخرين أكبر من تأثيرها عليهم عند اتخاذهم قرار التصويت[٢٧].
- **وفى الدراسة التى أجراها جريس وولد (١٩٩٢) Griswold**: أشار الباحث إلـــى

(*) هكذا ورد اسم المسلسل فى الدراسة، وهذا المسلسل يصور الحياة فى الولايات المتحـــدة بعـــد الإنهيار السلمى (غير الدموى) للاتحاد السوفييتى.

وجود دليل على صحة الفرض الإدراكى لـــدى النـــاخبين فــى جورجيــا أثنـــاء الانتخابات الرئاسية الأولية Georgia presidential primacy[٢٨].

- وفى الدراسة التى أجراهـــا دوك، وهـــوج، وتـــيرى (١٩٩٥) Duck, Hogg& Terry: وذلك على عينة مكونة من ٥٤ طالباً جامعياً منتمين للأحزاب السياســـية الكبرى فى أستراليا، وذلك قبل ثلاثة أيام من إجراء الإنتخابـــات الفيدراليـــة فـــى أستراليا، أشارت نتائج الدراسة إلى أن المبحوثين يعتقدون فى أن الآخرين أكـــثر قابلية للتأثر بالحملات الإعلامية مقارنة بأنفسهم[٢٩].

- وفى الدراسة التى أجراها هوورينز ورويتر (١٩٩٦) Hoorens & Ruiter: على عينة من الطلاب (١١٩) فى جامعة تلبرج Tilburg وذلك بـــالتطبيق علـــى ١٢ نوعاً من الرسائل الإعلامية تم التحقق من صحة الفرض الإدراكى خاصة بالنســبة للرسائل غير المرغوبة اجتماعياً[٣٠].

- وفى الدراسة التى أجراها سالوين ودريســكول (١٩٩٧) Salwen & Driscoll: تطبيقا على أخبار محاكمة أو. جى. سيمبسون(*). وذلك على عينة من المراهقيــن (٦٠٥) فى منطقة كولومبيا، تم التحقق من صحة الفرض الإدراكى القائل "يعتقـــد الأفراد أن التغطية الصحفية لمحاكمة سيمبسون لها تأثير أكـــبر علـــى اتجاهـــات الآخرين مقارنة بهم"[٣١].

- وفى الدراسة التى أجراها مـــاكلويد، إيفلانـــد، وناثانســـون (١٩٩٧) Mcleod, Eveland & Nathanson: وذلك على عينة حجمها (٢٠٢) طالب اتصــــال فـــى جامعة Delaware عرض عليهم بعض أغانى (الـــراب) العنيفـــة Violent Rap، أشار الطلاب إلى أنهم يعتقدون أن هذه الأغانى لها تأثير علـــى الآخريـــن يفـــوق تأثيرها عليهم[٣٢].

- وفى الدراسة التـــى نشـــرها برايـــس، تويكســـبرى، هوانـــج (١٩٩٨) Price, Tewksbury & Huang: عرضوا فيها نتائج دراستين: الأولى: تم إجراؤها علـــى (٢٩٥) طالباً فى قسم الاتصال بجامعة ميتشجان، والثانية: تـــم إجراءهـــا علـــى

(*) رياضى أمريكى اتهم بقتل زوجته.

(١٤١) طالباً فى القسم نفسه، وذلك لدراسة تأثير نشر إعلانات تتضمن تشكيكاً فى "حرائق الهولوكست"(*) على الطلاب، أشارت نتائج الدراستين إلى ثبات الفـــرض الإدراكى، فالطلاب يعتقدون أن هذه الإعلانات قد تؤثر علـــى أفكـــار الآخريـــن واتجاهاتهم بصورة أكبر من تأثيرها عليهم(٣٣).

- **وفى الدراسة التى أجراها هوفنر وآخرون (١٩٩٩) Hoffner et al**: وذلك علـــى عينة مكونة من (٢٥٣) من سكان مدينة تقع فى الوسط الغربى للولايات المتحـــدة بالتطبيق على مواد العنف فى التليفزيون، خلصت الدراسة إلى التحقق من صحـــة الفرض الإدراكى، حيث يعتقد المبحوثون أن مواد العنف قد تؤثر على الآخريـــن بصورة أكبر منهم(٣٤).
- **وفى دراسة أجراها هنريكسين وفلـورا (١٩٩٩) Hanriksen & Flora**: علـــى (٥٧١) من تلاميذ الصف السابع، أشارت الدراسة إلى أن هؤلاء التلاميذ يعتقـــدون أن إعلانات السجائر قد تؤثر على الآخرين بصورة أكبر من تأثيرها عليهم(٣٥).
- **وفى دراسة إيفلاند وآخرين (١٩٩٩) Eveland et al**: والتى عرض فيها لنتـــائج دراستين: الأولى: أجريت على (٣٥٩) من طلاب الاتصال بجامعـــة **Delaware**، والثانية: على ١١٥ من طلاب الاتصال بجامعة **California santa Barbara** تـــم التحقق من صحة الفرض الإدراكى القائل "أفراد العينـــة أكـــثر اعتقـــاداً فـــى أن الآخرين أكثر احتمالية للتعرض للمضمون السلبى فى وسائل الإعلام وأكثر قابليـــة للتأثر بهذا المضمون السلبى مقارنة بأنفسهم"(٣٦).
- **وفى الدراسة التى أجراها سالوين ودوبـاجين (١٩٩٩) Salwen & Dupagne**: على عينة مكونة من ٧٢١ شاباً وذلك تطبيقاً على ثلاثة أنـــواع مـــن المضـــامين التليفزيونية: برامج العنف، المحاكمات التليفزيونية، الإعلانات السياسية الســـلبية، خلص الباحثان إلى التأكد من صحة الفرض الإدراكى بالنسبة للضامين الثلاثة(٣٧).
- **وفى الدراسة التى أجراها تشابين (٢٠٠٠) Chapin**: على عينـــة مـــن تلاميـــذ

(*) تطلق عليها أيضاً "محارق اليهود"، وهى تلك المحارق المزعومة التى أعدها هتلر لليهود فـــى أثناء الحرب العالمية الثانية.

المدارس الأمريكية (ن=٢٢١) تم التحقق من صحة الفرض الإدراكى وذلك فيمـــا يتعلق بفرص الإصابة بمرض نقص المناعة المكتسب HIV[٣٨].

– **وفى الدراسة التى أجراها بايزر وبيتر (٢٠٠٠) Peiser & peter:** علـــى ٢٠٠ مراهق فى جنوب غرب ألمانيا، تم التحقق من صحة الفرض الإدراكـــى القـــائل "يميل الأفراد إلى الاعتقاد فى كونهم أقل مشاهدة للمضـــامين التليفزيونيـــة غـــير المرغوبة اجتماعياً مقارنة بالآخرين"[٣٩].

– **وفى الدراسة التى أجراها وو وى و ساه هون كوو (٢٠٠١) Wu Wei & Sah Hoon Koo:** فى سنغافورة، على وسيلة جديدة هى الإنترنت والمواقـــع الجنســـية عليها، وتم تطبيقها على عينة مكونة من (٤٣٥) من طلاب كليـــة إدارة الأعمـــال بجامعة سنغافورة، أشارت نتائج الدراسة إلى أن الطلاب يعتقـــدون أن الآخريـــن أكثر تعرضاً لهذه المواقع كما أنهم الأكثر تأثراً بها مقارنة بأنفسهم[٤٠].

ثانيا: *الفرض السلوكى* Behavioral Hypothesis:

يشير الفرض السلوكى، على النحو الذى صاغه دافيســـون (١٩٨٣)، إلـــى أن اعتقاد الأفراد فى كون الآخرين أكثر تأثراً بالرسائل الإعلامية مقارنـــة بـــهم ســـوف يدفعهم إلى المطالبة بوضع قيود أو فرض رقابة على المضامين الإعلامية التى يُعتقـــد أنها ضارة أو على الأقل يتم إدراكها والنظر إليها على أن لها تأثيرات ســـلبية علـــى الآخرين[٤١].

• *الأسس النفسية والمعرفية للفرض السلوكى*:

ذهب كثير من باحثى نظرية تأثرية الآخرين إلى أنه يمكـــن تفســـير المكـــون السلوكى فى ضوء ما يلى:-

(١) **التفسير القائم على نظرية الدافعية الوقائية Protection Motivation Theory:** تشير هذه النظرية، لروجرز Rogers، إلى أن الحكم على درجة ومدى قابليـــة الشخص للتأثر بالتهديد المحيط به Susceptibility وتقييمه لقوة هـــذا التـــهديد Severity قد يدفعانه، مجتمعين، إلى اتخاذ سلوك وقائى للســـيطرة علـــى هـــذا الخطر أو التهديد، ومن هذا المنظور فقد يصبح تأييد فرض الرقابة على وســـائل

الإعلام فى نظرية تأثرية الآخرين هــو مجــرد اســتجابة تكيفيــة Adaptive Response للتعامل مع الخطر أو التهديد الذى تمثله وسائل الإعلام[٤٢].

(٢) **التفسير القائم على مفهوم الوالدية Paternalism Explanation**: يقـــدم هـــذا المفهوم التبرير العقلانى للعلاقة بين الرسائل غير الأخلاقيـــة وتـــأييد فـــرض الرقابة، حيث يشير هذا المفهوم إلى أن الأفراد يقومـــون بأفعـــال تصحيحيـــة Corrective Actions لتحمى الآخرين (الذين يتم النظر إليهم على أنـــهم أكـــثر قابلية للتأثر بالمواد غير الأخلاقية مقارنة بأنفسهم) [٤٣]. وهذا التفسير الأبـــوى يصور الرقيب كأنه أب يقوم بعمل نموذجى (تمثيلـــى) An Exemplary Act مقصود، ومن ثم يضفى على فرض الرقابة شرعية ويجعلها مقبولة من الناحيـــة الاجتماعية[٤٤].

* **نتائج بعض *الدراسات المتعلقة* باختبار *الفرض السلوكى*:**

على عكس الفرض الإدراكى ، الذى تم التحقق من صحته ولا يوجد اختـــلاف عليه، فإن الفرض السلوكى يثير الكثير من الجدل والنقاش وليس هناك اتفـــاق علـــى صحته، كما أنه لم يثبت بصورة قاطعة، ويمكن عرض نتائج بعض الدراســـات التـــى حاولت اختباره على النحو التالى:

- **فى دراسة بيرلوف (١٩٩٣) perloff**: والتى عرض فيـــها نتـــائج ١٤ دراســـة أجريت لاختبار نظرية تأثرية الآخرين، أشار الباحث إلى أن ثلاث دراسات فقـــط – من ١٤ – هى التى اختبرت الفرض السلوكى وقدمت تـــأييداً متوســـطاً Mild support لهذا الفرض[٤٥].

- **وفى دراسة موتز (١٩٨٩) Mutz**: وجدت الباحثـــة أن إدراك تـــأثير التغطيـــة الإعلامية المعارضة لقضية خلافية قد قلل من النية للإشـــتراك فـــى المناقشـــات الجماعية والعامة حول هذه القضية[٤٦].

- **وفى دراسة روسينسكى وسالمون (١٩٩٠) Ruciniski & Salmon**: والتى تـــم تطبيقها على الانتخابات الأمريكية (١٩٨٨) تم إثبات الفرض الإدراكى بينمـــا لـــم يثبت الفرض السلوكى[٤٧].

مصر (بالإضافة إلى أرقام تليفونات وأسماء المشـــتركين فـــى شـــبكة فودافـــون Vodafone) (*).

- **بواسطة بعض البرامج الإحصائية (SPSS- Excel):** تم سحب عينـــة عشـــوائية (كان عددها ٣٠٠ مفردة) وللوصول إلى العدد ٢٠٠ مفردة تم إجراء ٢٦٥ مكالمة (بلغت نسبة الاستجابة والموافقة ٧٥,٥% وهى نسبة معقولة وجيدة فى ضوء جـدة التكنيك نسبياً فى مصر واعتقاد نسبة كبيرة فى كون هـــذه الاتصـــالات بغـــرض المعاكسة)، وبلغ متوسط المدة الزمنية للمكالمة ١٩ دقيقة(**).
- **الإطار الزمنى لجمع البيانات:** تم إجراء المكالمات التليفونية خلال النصـــف الأول من شهر يونيو ٢٠٠١.
- **خصائص العينة:** يوضح الجدول التالى خصائص عينة الدراسة:

(*) بالإضافة إلى هذا الموقع يوجد قرص مضغوط (CD) يباع فى الأسواق وعليه البيانات نفسها، وتمت الاستعانة به أيضاً.

(**) ساعد الباحث فى القيام بهذه الاتصالات التليفونية الباحثون الآتى أسماؤهم:
- هويدا الدر (ماجستير إعلام): رئيس قسم بحوث المشتركين بالـ ART.
- عمر فتحى: باحث بإدارة البحوث بالـ ART.
- إيمان فتحى: باحثة بإدارة البحوث بالـ ART.
- صلاح فتحى: باحث بإدارة البحوث بالـ ART.
- مروة خفاجة: باحثة بإدارة البحوث بالـ ART.

– وفى الدراسة التى أجراها جريس وولد (١٩٩٢) Griswold: أشار الباحث إلـــى وجود علاقة بين مدى اعتقاد الأفراد فى تأثريـــة الآخريـــن بالدعايـــة الإنتخابيـــة ومستوى الرغبة فى التصويت (النية للتصويت) (٤٨).

– وفى دراسة ماكلويد وآخرين (١٩٩٦) Mcleod et al: أشار الباحثون إلى وجـــود علاقة بين مدى اعتقاد الأفراد فى تأثرية الآخرين (الفرض الإدراكى) ودرجة تأييد فرض الرقابة على الأفلام التى تصور العنف أو تتضمن مشاهد جنسية(٤٩).

– وفى الدراسة التى أجراها سالوين ودريســـكول (١٩٩٧) Salwen & Driscoll: على عينة قدرها (٦٠٥) طالباً. لم يتم التحقق من الفرض السلوكى القائل "يوجـــد ارتباط إيجابى بين مستوى الاعتقاد فى أن التغطية الصحفية لمحاكمـــة أو، جـــى، سيمبسون سيكون تأثيرها على الآخرين أكبر من تأثيرها عليهم ودرجـــة تـــأييدهم لفرض رقابة على تغطية الصحافة لهذه المحاكمة ، ويفسر الباحثان عدم التحقـــق من هذا الفرض فى ضوء طبيعة القضية وكونها خلافية وذلك مقارنة بأفلام العنف التى لا يختلف أحد على تأثيراتها(٥٠).

– وفى دراسة مـــاكلويد، إيفلانـــد وناثانســـون (١٩٩٧) Mcleod, Eveland & Nathanson: والتى تم إجراؤها على عينة مكونة من (٢٠٢) طالب اتصال فـــى جامعة Delaware ومدى اعتقادهم فى تأثير موســـيقى (الـــراب) العنيفـــة علـــى الآخرين، تم التحقق من صحة الفرض السلوكى المتعلق بفرض رقابة على هـــذه الموسيقى(٥١).

– وفى دراسة برايس، تويكســـبرى، هوانـــج (١٩٩٨) Price, Tewksbury & Huang: والتى تم تطبيقها على إعلانات تشكك فى "حرائق الهولوكست" أشـــارت النتائج إلى وجدد علاقة ارتباطية بين درجة الاعتقاد فى تأثريـــة الآخريـــن بـــهذه الإعلانات ومستوى الرغبة فى فرض رقابة ، ومنع نشر، مثل هذه الإعلانات(٥٢).

– وفى الدراسة التى أجراها هوفنر وآخرون (١٩٩٩) Hoffner et al: وذلك علـــى عينة مكونة من (٢٥٣) من سكان مدينة تقع فى الوسط الغربى للولايات المتحدة – خلص الباحثون إلى التحقق من صحة الفرض السلوكى فيما يتعلق بمـــواد العنـــف

فى التليفزيون، بينما لم يتحقق الفرض فيما يتعلق بالمواد التى قد تشوه من صـــورة العالم لدى الأفراد وتجعله وضيعاً Mean World، وفسر الباحثون ذلك فى ضـــوء وجهة النظر القائلة بأن تأييد فرض الرقابة يكون مدفوعاً بصفة أساســـية برغبـــة الفرد فى حماية ووقاية المجتمع من التأثيرات السلبية المترتبـــة علـــى التعـــرض لوسائل الإعلام، وعرض التليفزيون لمواد العنف من شأنه تهديد صحة وســـلامة المواطنين، بينما نجد أن مدركات العالم الوضيع هى مدركات داخليـــة Internal وليس لها ، من وجهة نظر هؤلاء الباحثين ، تأثيرات ملحوظة أو فوريـــة علـــى المجتمع(٥٣).

– وفى الدراسة التى أجراها دوباجين، سالوين، بول (١٩٩٩) Dupagne, Salwen & paul: على عينة مكونة من (٧٢١) شاباً وذلك لاختبار الفرض السلوكى علـــى موضوعات ثلاثة هى: مواد العنف فـــى التليفزيـــون، المحاكمـــات التليفزيونيـــة، الإعلانات السياسية السلبية، خلصت الدراسة إلى أن النتائج المتعلقـــة بـــالفرض السلوكى لم تكن مؤكدة تماماً Were less clear cut(٥٤).

– وفى الدراسة التى أجراها سالوين ودوباجين (١٩٩٩) Salwen & Dupagne: تم التأكد من صحة الفرض القائل إن "إدراك تأثرية الآخرين بالمضـــامين الضـــارة يعتبر مؤشراً إيجابياً على تأييد فرض الرقابة على الرسائل ذات التأثير الســـلبى"، كما تم التحقق جزئياً من الفرض القـــائل إن "إدراك التـــأثيرات غـــير الأخلاقيـــة للمضامين الإعلانية ينتج عنها تأييد أكبر لفرض الرقابة مقارنة بإدراك التـــأثيرات العامة. وخلص الباحثان إلى القول بأن تحقق الفرض السلوكى هو "تحقق مشروط" أو هو تحقق مبنى على نوع القضية أو الموقف Situationally Based(٥٥).

– وفى الدراسة التى أجراها فين وى و بـــادن (٢٠٠٠) Ven Wei & Padden: بهدف اقتراح طريقة مختلفة للنظر إلى العلاقة بين الفرضين الإدراكى والســلوكى، خلصت الدراسة التى تم تطبيقها على طلاب ١٥ مدرسة ثانوية (ن=١٨٥٨) إلـــى التحقق من صحة الفرض السلوكى القائل إن "إدراك التأثيرات السلبية الضارة على الآخرين يمكن اعتباره مؤشراً جيداً لتأييد فرض الرقابـــة علـــى أفـــلام العـــرى

والجنس"(٥٦).

–وفى الدراسة التى أجراها وو وى وساه هون كوو (٢٠٠١) Wu wei & Sah Hoon Koo: فى سنغافورة، تم التحقق من صحة الفرض السلوكى القائل بوجـــود علاقة بين الاعتقاد فى تأثرية الآخرين بشدة بالمضامين الجنســـية علـــى مواقـــع الإنترنت والاتجاه المؤيد لفرض رقابة وقيود عليها"(٥٧).

• ***المتغيرات الوسيطة المحددة لتأثرية الآخرين:***

أجريت العديد من الدراسات بهدف اختبار المتغيرات والعوامل التى تؤثـــر علـــى فروض النظرية وعلى منطلقاتها الأساسية، ولعلَّ جدة النظرية وحداثتـــها قـــد أفســـح المجال أمام عدد كبير من الباحثين لاختبار هذه المتغيرات ولقياس فاعليتها غير أنه فى المقابل جعل الاتفاق على اتجاه معين لتأثيرات هذه المتغيرات وعلى دور واضح لـــهذه العوامل أمراً بالغ الصعوبة.

ويمكن عرض أهم المتغيرات المطروحة للاختبار فـــى إطـــار نظريـــة تأثريـــة الآخرين على النحو التالى:–

(١) *المتغيرات والعوامل الخاصة بالمصدر:*

– تحيز المصدر ودرجة الثقة به:

تشير نتائج بعض الدراسات إلى أن الفجوة الإدراكية Perceptual Gap (الفـــرض الإدراكى) تزداد حينما يتم النظر إلى مصدر الرسالة على أنه متحـــيز بشـــكل ســـلبى Negatively Biased(٥٨)، أو أنه غير أهل للثقة به Untrustworthy(٥٩)، وكذلك حينمـــا يعزى الجمهور وينسب النية الإقناعية للمصدر(٦٠).

ففى دراسة تجريبية أجراها كوهين وتلاميذه (١٩٨٨) Cohen عرضوا خلالـــها قصة إخبارية بها قذف وتشهير لأحد الأشخاص المشـــهورين Libelous News Story على ثلاث مجموعات:

- الأولى: نسبوا فيها القصة الإخبارية لمصدر يعتبر متحيزاً ضد هذا الشخص.
- والثانية: نسبوا فيها القصة الإخبارية لمصدر يعتبر متحيزاً لهذا الشخص.

- والثالثة: لم يتم نسبتها لمصدر، وقد وجد الباحثون أن الفرض الإدراكى قد تحقـــق فى المجموعة الأولى بصورة أكبر وأبرز من المجموعتين الأخريين[٦١].

النتيجة نفسها وجدها جانثر (١٩٩١) Gunther حيث وجد أن الفجوة الإدراكيـــة كانت كبيرة عندما تم نسب القصة لمصدر متحيز (وهـــى صحيفـــة The National Enquirer) أكثر من نسبتها لمصدر يتسم بالموضوعية والحياد أو يتم النظر إليه علـــى هذا (وهى The New York times) [٦٢].

(٢) المتغيرات والعوامل الخاصة بالرسالة:

- **موضوع الرسالة ومدى مقبوليته اجتماعياً:**

يمكن القول بصفة عامة إن الغالبية العظمى من دراسات نظرية تأثرية الآخريـن قد ركزت على رسائل لها نتائج سلبية Negative أو ضارة Harmful أو غير مرغوبة اجتماعياً Social undesirable أو غير وظيفية Disfunctional ومنها:-

- مواد العنف فى التليفزيون[٦٣].
- أفلام العرى (البورنو) [٦٤].
- البرامج الجنسية الصريحة فى قنوات الكابل[٦٥].
- الإعلانات السياسية السلبية[٦٦].
- تغطية أخبار الفضائح[٦٧].

إذ من شأن هذه الرسائل أن تجعل الشخص يقول" إن تأثيرات هذه الرسائل ليســت جيدة بالنسبة لى "أو إنه "ليس من اللائق أن أتأثر بهذه الرسائل"[٦٨]. ومن ثم فإن هـــذا الاختيار قد يعطى منطقية لاختبار النظرية، فالمضمون السلبى غير المقبول اجتماعيـــاً قد يزيد من اتساع الفجوة الإدراكية بين تأثريـــة الـــذات / والآخريـــن فـــى حيـــن أن المضمون الإيجابى المقبول اجتماعياً قد يلغى ويضيق هذه الفجوة أو قد يعكس الفـــوض الإدراكى[٦٩]. (*).

(*) يشير الفرض الإدراكى العكسى Reversed Third person أو ما يطلق عليه أحيانا تأثريـــة الأنا First Person Effect إلى أن الأفراد يعتقدون أنهم أكثر تـــأثراً بالرســـائل الإعلاميـــة مقارنة بالآخرين الأقل تأثراً بها.

ويفسر الباحثون هذه الفرضية فى ضوء نظرية الدوافع، ووفقاً لها فإنه فى حالـة القضايا السلبية يمكن تفسير العلاقة فى ضوء الميل العام لمعظم الأفراد نحـــو العمــل بطريقة متحيزة تخدم الذات والذى يقودهم إلى تصوير أنفسهم بصورة جيـــدة مقارنـــة بالآخرين(٧٠)، وذلك إما بهدف الدفاع عن النفـــس Ego Defensive Function(٧١) أو دعم وتمجيد الذات Ego Enhancement(٧٢). أما فى حالة القضايا الإيجابية فإن وظيفة الدفاع عن النفس أو دعمها قد يقل فاعليتها وقد تتلاشى(٧٣).

وعلى صعيد نتائج الدراسات الإمبيريقية يمكن الإشارة إلى نماذج من الدراسـات التى اختبرت هذه الفرضية على النحو التالى:

- فى الدراسة التى أجراها جانثر وآنج (١٩٩٦) Gunther & Ang: فى سـنغافورة على عشرة أنواع من المضامين التليفزيونية، أشار الباحثان إلى تحقــق فــروض النظرية مع خمسة موضوعات سلبية متعلقة بالجنس وأفلام العـــرى أكـــثر مـــن تحققها مع الموضوعات الإيجابية(٧٤).
- وفى الدراسة التى أجراها هوورينز ورويتر (١٩٩٦) Hoornes & Ruiter علــى عينة من طلاب جامعة Tilburg وذلك على ١٢ رسالة إعلامية (نصفها مقبـــول اجتماعياً ونصفها غير مقبول) أشار الباحثان إلى تحقق فـــروض النظريـــة مـــع الرسائل غير المقبولة اجتماعياً ولم تتحقق مع الرسائل المقبولة اجتماعياً(٧٥).
- وفى الدراسة التى أجراها آينس وزيتز (١٩٩٨) Innes & Zeitz علـــى ثـــلاث قضايا بعضها إيجابى وبعضها سلبى خلص الباحثان إلـــى أن فـــروض النظريـــة تتحقق فى حالة مواد العنف بدرجة أكبر من تحققها فى حالة الحملة الإعلانية ضد قيادة المخمورين أو الحملات السياسية السلبية(٧٦).

ومن الدراسات التى تحقق فيها الفرض الإدراكى العكسى:

- فى الدراسة التى أجراها هنريكسن وفلورا (١٩٩٩) Henriksen & Flora: علــى عينة مكونة من (٦٦٦) من تلاميذ الصفوف الرابع والسادس والثامن وتم عــرض عليهم شريط فيديو مدته ١٠ دقائق يحتوى على إعلانات ضـــد التدخيـــن، أشـــار التلاميذ إلى اعتقادهم بأن هذه الإعلانات قد يكون لها تأثير أكبر عليـــهم مقارنـــة

بتأثيرها على زملائهم وأقرانهم(٧٧).

- وفى الدراسة التى أجراها جون تشابين (٢٠٠٠) Chapin على حملة إعلانية عن "الجنس الآمن" Safe Sex أشار ٣٤% من المبحوثين أنهم يعتقدون أنهم أكثر تـأثرا من الآخرين بهذه الرسائل الإعلانية(٧٨).

(٣) المتغيرات والعوامل المتعلقة بالمستقبل (خصائص الجمهور):

أ. مستوى الاستغراق فى القضية (الارتباط – الاندماج):

وفقاً للفروض التى صاغها دافيسون، واعتماداً على نظرية الحكـم الاجتمـاعى Social Judgment Theory اختبر عدد من الباحثين تأثير استغراق المبحوثيـن فـى القضية ego-Involvement وارتباطهم بها على الفجوة الإدراكية بيـن تأثريـة الأنـا والآخرين.

ففى دراسة تجريبية أجراها بيرلوف (١٩٨٩) Perloff أعد الباحث شريط فيديو مسجلاً عليه تغطية تليفزيونية لحرب لبنان (١٩٨٢) وعرض هذا الشريط على ثـلاث مجموعات: الأولى مؤيدة لإسرائيل والثانية مؤيدة لمنظمة التحرير الفلسطينية والثالثـة محايدة. وقد دلت نتائج الدراسة على أن المجموعة الأولى (المؤيدة لإسرائيل) تـرى أن هذه التغطية التليفزيونية قد تجعل المشاهد المحايد (الآخرين) منحازاً للفلسطينيين أكـثر من الإسرائيليين. فى حين أن المجموعة الثانية (المؤيدة لمنظمة التحرير) ترى أن هـذه التغطية قد تجعل المشاهد المحايد (الآخرين) أكثر تعاطفاً وتأييداً للإسرائيليين(٧٩).

نتـائج مشـابهة لذلـك خرجـت بـها دراسـة فـالون وآخريـن (١٩٨٥) Vallone et al(٨٠). وكذلك دراسة موتز (١٩٨٩) Mutz التـى اسـتخدمت مصطلـح أهمية القضية Importance بديلاً لمصطلح الاستغراق(٨١).

ب- مستوى المعرفة (مستوى التعليم):

أشارت بعض الدراسات إلى أن الفجوة الإدراكية بين تأثرية الأنا والآخرين تـزداد عندما يعتقد المبحوثون أنهم على علم ودراية بالقضية موضوع البحـث(٨٢) وإن كـان غير معروف، حتى الآن، ما إذا كان اعتقاد الفرد فى كونه خبـيراً Expert بقضيـة معينة قد يزيد الفجوة أم لا(٨٣).

كذلك فإن من المتغيرات المهمة فى هذا الإطار هو تقييم الأفـــراد لمعلوماتـــهم ولأنفسهم، فلقد أشارت موتز (١٩٨٩) Mutz، على سبيل المثـــال، إلـــى أن الفجـــوة الإدراكية تزداد لدى أعضاء هيئة التدريس بجامعة ستانفورد Stanford عـــن مثيلتـــها لدى الطلاب(٨٤)، وإن كانت دراسة ماكلويد، إيفلاند، و ناثانســـون (١٩٩٧) Mcleod, Eveland & Nathanson لم تتحقق من ذلك(٨٥).

وفى الاتجاه ذاته، وجد تيدج وآخرون (١٩٩١) Tiedge أن الفجوة الإدراكيـــة تزداد وتتسع لدى الأكثر تعليماً، فالأكثر تعليماً، قد يعتبرون أنفسهم "جماعـــة صفـــوة" Elite Group بسبب تعليمهم، ومن ثم فإنهم يعتقدون أنهم أقل تأثرا بوســـائل الإعـــلام مقارنة بالاخرين(٨٦).

وقد يكون الاعتقاد فى صحة المعلومات لدى الفرد أهم من درجة دقتها وصحتها فى الواقع، ففى دراسة لازورسا (١٩٨٩) Lasorsa والتى تمت المقارنة فيـــها بيـــن المعرفـــة الشـــخصية Self- assessed knowledge والمعرفـــة الواقعيـــة Actual Knowledge عن تأثير مسلسل عرض فى الولايات المتحدة عن الحياة فى أمريكا بعـــد الإنهيار غير الدموى (السلمى) للاتحاد السوفيتى(*) وجدت الباحثة أن اعتقاد المبحوثيـــن فى صحة معلوماتهم بغض النظر عن مدى دقتها كان متغيراً إيجابيا وفعالاً(٨٧).

وفى دراسة دريسكول وسالوين (١٩٩٧) Driscoll & Salwen والتى تم تطبيقها على (٦٠٥) شاباً، خلص الباحثان إلى أن الأكثر اعتقاداً فى أن لديه كمـــا أكـــبر مـــن المعلومات عن الأحداث الجارية مقارنة بالآخرين هو الأكـــثر اعتقـــاداً فـــى تأثريـــة الآخرين، كذلك فإن الأكثر اعتقاداً فى أن لديه كماً أكبر من المعلومات المتعلقة بقضيـــة معينة هو الأكثر اعتقاداً فى تأثرية الآخرين(٨٨).

ج- المسافة الاجتماعية / النفسية:

يشير مفهوم المسافة الاجتماعية / النفسية إلى الطريقة التى من خلالـــها يحـــدد الفرد موقع أقرانه عندما يقوم بعملية المقارنة، ومن المصطلحات الأخرى التـــى يتـــم استخدامها للتعبير عن هـــذه العمليـــة مصطلـــح "المقارنـــة التنازليـــة Downward

---

(*) مسلسل Amerika .

Comparison والتى يستخدمها الأفراد، على حد تعبير ويلز (١٩٨١) Wills، لدعـــم وتقوية وجودهم الذاتى subjective well- being وذلك عن طريـــق مقارنـــة أنفســـهم بآخرين أقل حظاً منهم less fortunate[٨٩].

وفى إطار نظرية تأثرية الآخرين، يشير بيرلوف (١٩٩٦) perloff إلى أنه مـــن ست عشرة دراسة تم فحصها وجدت ثلاث دراسات أن الفجوة الإدراكية بيـــن تأثريـــة الأنا والآخرين تتسع كلما تم إدراك الآخرين على أنهم تبعدهم مسافة عنهم[٩٠]. علـــى أن هذه النتيجة غير مؤكدة فى ظل تباين نتائج الدراسات التى أختبرت هذا الفـــرض. فمن الدراسات التى أثبتت هذه الفرضية يمكن الإشارة إلى:

- دراسة كوهين وآخرين (١٩٨٨) Cohen et al، وقد أشـــارت نتائجـــها إلـــى أن المبحوثين يعتقدون أن القصص الإخبارية قد يكون لها تأثير أكبر على "الطـــلاب الآخرين فى جامعة ستانفورد" مقارنة بأنفسهم، وقد يكون لها تـــأثير أكـــبر علـــى سكان كاليفورنيا مقارنة بتأثيرها على طلاب جامعة ستانفورد، وقد يكون لها تأثير أكبر على بقية الشعب الأمريكى مقارنة بسكان كاليفورنيا[٩١].
- دراسة جانثر (١٩٩١) Gunther وكانت جماعات المقارنة مع الذات هى: بقيـــة طلاب جامعة منيسوتا، المعارف، بقية الناس وخلصت إلى النتيجة ذاتها[٩٢].
- دراسة بروسيوس وإنجيل (١٩٩٦) Brosius & Engel وكانت جماعات المقارنـــة مع الذات هى: بقية أفراد الأسرة، الجيران، بقيـــة الســـكان فـــى الولايـــة، بقيـــة الاستراليين، الآخرين بصفة عامة[٩٣].
- دراسة إيفلاند وآخرين (١٩٩٩) Eveland et al والتـــى عـــرض فيـــها لنتـــائج دراستين، الأولى على طـــلاب جامعـــة Delaware والأخـــرى علـــى طـــلاب California Santa Barbara وجاءت نتائج الدراستين متسقة مع نتائج الدراســـات السابقة فيما يتعلق باتساع الفجوة الإدراكية، باتساع المسافة الاجتماعية[٩٤].

ومن الدراسات التى لم تتحقق من الفرضية يمكن الإشارة إلى:

- دراسة كوهين وديفيز (١٩٩١) Cohen & Davis وكانت جماعات المقارنة مـــع الذات هى: الناس فى مسقط رأسى، الناس فى منطقتى، النـــــاس فـــى الولايـــات

المتحدة بصفة عامة[٩٥].

- دراسة ماكلويد وآخرين (١٩٩٧) Mcleod et al وكانت جماعات المقارنـــة مـــع الذات هى: بقية طلاب جامعة Delaware، شباب نيويـــورك ولـــوس إنجيليـــس، الإنسان العادى[٩٦].

(٤) متغيرات وعوامل خاصة بالقياس:

– ترتيب الأسئلة فى الاستمارة:

يشير بعض الباحثين إلى أن طريقة إجابـــة المبحوثيـــن عـــن الأســـئلة المقدمـــة لهم فى الاستمارة وترتيب هذه الأسئلة وتسلسلها قد ينتج عنها مقارنـــة ظاهريـــة بيـــن تأثرية الذات والآخرين Self- Others Comparison وقد يؤدى هذا إلـــى وجـــود مـــا يمكن تسميته بالتحيز الخادم للذات Self- Serving Bias (ومن المصطلحات الأخـــرى Anchoring Bias).

وتشير هذه الظاهرة إلى أن الأفراد يميلون إلى تفسير تصرفاتهم بطريقـــة فيـــها إطراء للذات Self Flattering tendency(*) وهذا ينتج عن عاملين:-

- الرغبة فى حماية ودعم مستوى تقدير الذات لدى الفرد.
- الرغبة فى الظهور بمظهر جيد أمام الآخرين[٩٧].

ومن ثم فإن تحقق فروض النظرية قد يكون نتيجة مصطنعة لـــترتيب الأســـئلة an artifact of the order of Questions[٩٨] وهو ما يطلق عليه فى أدبيات الاتصـــال "تأثير الاتساق أو التتابع consistency or carry over effect"[٩٩].

ولقد اعترف كثير من الباحثين بمشكلة ترتيب الأسئلة، وحاول بعضهم مواجهـــة هذه المشكلة بتغيير وتعديل ترتيب الأسئلة، وباستثناء دراسة ديفيد وجونســـون (١٩٩٨) David & Johnson[١٠٠]. فإن هذه الدراسات تشير إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالـــة

(*) من المصطلحات الأخرى التى يتم إطلاقها على هذه العملية:
- الوهم الإيجابى Positive Illusion.
- التفرد بعدم القابلية للاختراق unique Invulnerability.
- عرض الاعتقاد فى "إنه لا يمكن أن يحدث لى هذا"

The "it can't happen to me" syndrome.

ناتجة عن طريقة ترتيب الأسئلة، إلى الحد الذى دفـــع بروســـيوس وإنجيـــل (١٩٩٦) Brosisus & Engel إلى المطالبة بإبعاد قضية ترتيب الأسئلة من القضايا البحثية فـــى مجال دراسات نظرية تأثرية الآخرين(١٠١).

فعلى سبيل المثال، فـــى دراســـة برايـــس وتويكســـبرى (١٩٩٦) price & tewksbury تم تقسيم المبحوثين إلى مجموعتين: مجموعة تجيب عن أسئلة الذات فقـــط ومجموعة تجيب عن أسئلة الآخرين فقط، وطبقا ذلك على عدة قضايا، ووجدا أنــــه لا توجد اختلافات جوهرية أو منظمة(١٠٢).

وفى دراسة ديبوجين، سالوين، بول (١٩٩٩) Dupagne,Salwen & paul تـــم تقسيم المبحوثين (ن=٧٢١) إلى أربع مجموعات تجيب كل مجموعة عن ترتيب معين:

الأولى: تجيب عن أسئلة الذات (self) ثم أسئلة الآخرين (Others) ثـــم أســـئلة فرض القيود (Restrictions) (S-O-R).

الثانية: تجيب عن استمارة مرتبة بطريقة O- S.R.

الثالثة: تجيب عن استمارة مرتبة بطريقة R - S.O.

الرابعة: تجيب عن استمارة مرتبة بطريقة R- O. S.

ولم تجد الدراسة فروقاً بين النتائج المتعلقة بالمجموعات الأربعة(١٠٣)

المبحث الثانى

بعض تطبيقات نظرية تأثرية الآخرين
فى المجتمع المصرى

يعرض الباحث، فى هذا المبحث نتائج ثلاث تطبيقات أجراها خـــلال النصــف الثانى من عام ٢٠٠١ لاختبار فروض النظرية ومتغيراتها الأساسية، وقد ركز البـاحث فى كل تطبيق على عدة متغيرات وأهمل بعضها الآخر، غير أنها، التطبيقات الثلاثـــة معا، تقدم صورة متكاملة نسبياً للنظرية ولأهم نتائجها فى مصر.

التطبيق الأول: ***البرامج الدينية فى مقابل برامج العنف وأفلام الاكشن***:

- **إطار التطبيق**: من المضامين التى يتم تقديمها فى التليفزيون المصرى تــم اختيـار مضمونين يمكن تصنيف أحدهما على أنه "مضمون إيجابى هادف" وهى الـــبرامج الدينية، ويمكن تصنيف الآخر على أنه "سلبى" وهى برامج العنف وأفلام الأكشــن. وتم تطبيق الدراسة لاختبار فروض النظرية على كلا المضمونين.

- **فروض الدراسة:**

أولا: فروض متعلقة بالمكون الإدراكى:

(١) تختلف مساحة الفجوة الإدراكية (المسافة بين تقدير تأثرية الأنا وتقديـر تأثريـة الآخرين) باختلاف طبيعة (اتجاه) المضمون التليفزيونى الذى يراد قياس تأثيره.

وينبثق من هذا الفرض فرضان فرعيان:-

أ- توجد فروق ذات دلالة فى مستوى إدراك الأفراد لتأثريتهم بالبرامج الدينية فـى مقابل تأثرية الآخرين (التأثير الأكبر على الأنا).

ب- توجد فروق ذات دلالة فى مستوى إدراك الأفراد لتأثريتـــهم بـبرامج العنــف وأفلام الأكشن فى مقابل تأثرية الآخرين (التأثير الأكبر على الآخرين).

(٢) تختلف مساحة الفجوة الإدراكية باختلاف خصائص الأفراد الديموجرافية (النـوع – المستوى الاقتصادى – الفئة السنية).

ثانيا: فروض متعلقة بالمكون السلوكى:

(٣) توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين مساحة الفجوة الإدراكية ودرجة تأييد الأفـراد لاتخاذ إجراء معين نحو المضامين التليفزيونية المراد قيـاس تأثيرهـا (زيـادة مساحة البرامج الدينية – فرض رقابة على برامج العنف).

(٤) تختلف درجة تأييد الأفراد لاتخاذ إجراء معين نحو المضامين التليفزيونية المراد قياس تأثيرها باختلاف خصائص الأفراد الديموجرافية.

ثالثا: فروض متعلقة بطريقة القياس :

(٥) تختلف مساحة الفجوة الإدراكية باختلاف طريقـــة ترتيـــب الأســـئلة (المتعلقـــة بالتأثير) فى استمارة الاستبيان.

(٦) تختلف درجة تأييد الأفراد لاتخاذ إجراء معين نحو المضامين التليفزيونية المراد قياس تأثيرها باختلاف طريقة ترتيب الأسئلة فى استمارة الاستبيان.

• منهجية القياس

أولا: منهجية قياس المكون الإدراكى:

اتساقاً مع الدراسات السابقة واتباعاً لأسلوبها فى طريقة قياس المكون الإدراكـــى تم تكوين مقياس تجميعى يتكون من ثلاثة أسئلة هى:-

(١) لو قارنت نفسك بغيرك من الأفراد فهل تعتقد (أو تتوقع) أن هـــــذه المضـــامين (المراد قياس تأثيرها: كل مضمون على حدة).

- أكثر تأثيراً عليك أكثر تأثيراً على الآخرين.

(٢) إلى أى حد تعتقد (أو تتوقع) أن يكون تأثير هذه المضامين عليك ؟

- (الإجابة بطريقة ليكرت الخماسية التى تبدأ بـــ "تأثير قـــوى جـــداً" وتنتـــهى بـــ "ضعيف جداً").

(٣) إلى أى حد تعتقد (أو تتوقع) أن يكون تأثير هذه المضامين على الآخرين ؟

- (الإجابة بطريقة ليكرت الخماسية على النحو السابق").

ثانيا: طريقة قياس المكون السلوكى:

اتساقاً مع الدراسات السابقة أيضاً تم قياس المكون السلوكى على النحو التالى:

(١) البرامج الدينية:

أ- إلى أى حد توافق (أولا توافق) على زيادة عدد البرامج الدينية فى التليفزيون ؟

ب- إلى أى حد توافق (أولا توافق) على إنشاء قناة دينية متخصصة فى مصـــر ؟ (الإجابة بطريقة ليكرت الخماسية).

(٢) برامج العنف وأفلام الأكشن:

- **من فضلك:** إلى أى حد توافق على فرض رقابة أو وضع قيـود علــى الـبرامج والأفلام التى تحتوى على مواد عنف فى التليفزيون ؟ (الإجابة بطريقـة ليكـرت الخماسية).

ثالثا: طريقة ترتيب الأسئلة فى الاستمارة:

تم إعداد أربع نسخ من الاستمارة، روعى فى كل نسخة أن يتم ترتيب الأسـئلة بطريقة مختلفة عن النسخ الأخرى وذلك على النحو التالى:-

(١) **النسخة الأولى:** وتم ترتيب الأسئلة فيها بالطريقة التقليدية المتبعة فـى معظـم دراسات النظرية، وهى تبدأ بالأسئلة المتعلقة بالتأثير علـى الأنـا (Self) ثـم الأسئلة المتعلقة بالتأثير على الآخرين (Others) ثم الأسئلة المتعلقـة بـالمكون السلوكى (Restrictions) وتسمى هذه الطريقة (S.O.R).

(٢) **النسخة الثانية:** وتم ترتيب الأسئلة فيها بطريقـة (O. S. R.) (Others- Self- Restrictions).

(٣) **النسخة الثالثة:** وتم ترتيب الأسئلة فيها بطريقة (R. S. O.).

(٤) **النسخة الرابعة:** وتم ترتيب الأسئلة فيها بطريقة (R. O. S.).

- **منهج الدراسة:** تم الاعتماد على المنهج المسحى، وعلى أسلوب المسح بالعينـة، وتم استخدام استمارة الاستبيان المقننة كأداة لجمع البيانـات، وتـم ملؤهـا مـع المبحوثين من خلال التليفون (مسح تليفونى).
- **عينة الدراسة:** تم تطبيق الدراسة على ٢٠٠ مفردة من سكان القاهرة الكبرى تـم اختيارهم بطريقة عشوائية (عينة عشوائية بسيطة) وذلك وفقاً للخطوات التالية:-
- **تم الدخول على موقع Http/www. 140 online.com:** وهو موقع خاص بالشركة المصرية للاتصالات، ويحتوى على جميع أرقام تليفونات وأسماء المشتركين فـى

جدول رقم (١)

خصائص عينة التطبيق الأول

الخصائص	ك	%
• النوع		
ذكور	١٠٧	٥٣,٥
إناث	٩٣	٤٦,٥
• العمر		
– أقل من ٢٠ سنة	٢٤	١٢
– ٢٠ – ٤٠ سنة	١٠٨	٥٤
– ٤٠ – ٦٠ سنة	٤٩	٢٤,٥
– ٦٠ سنة فأكثر	١٩	٩,٥
• المستوى الاقتصادى		
– منخفض	٢٨	١٤
– متوسط	٨٤	٤٢
– مرتفع	٨٨	٤٤
• المستوى التعليمى		
– منخفض	٣	١,٥
– متوسط	٥٢	٢٦
– مرتفع	١٤٥	٧٢,٥
المجموع	٢٠٠	١٠٠

نتائج اختبارات الفروض:

• **الفرض الأول: تختلف مساحة الفجوة الإدراكية باختلاف طبيعة (اتجاه) المضمـــون التليفزيونى الذى يراد قياس تأثيره.**

أ- توجد فروق ذات دلالة فى مستوى إدراك الأفراد لتأثريتهم بالبرامج الدينية فـــى مقابل تأثرية الآخرين (التأثير الأكبر على الأنا)

- تشير نتائج الدراسة إلى أن (٩٥,٥%) من حجم العينة يتعرضون للبرامج الدينيـــة فى التليفزيون المصرى، وبررت النسبة المتبقية (٤,٥%) عدم مشـــاهدتها لـــهذه البرامج فى ضوء الإنشغال الدائم. وعدم معرفة مواعيد بث هذه البرامج...
- وفى إطار المقارنة بين الأنا والآخرين فى حجم التعرض للبرامج الدينيـــة أشـــار (٤٦,٥%) من مفردات العينة إلى أنهم يعتبرون أنفسهم أكثر تعرضـــاً للـــبرامج الدينية من الآخرين، فى حين يشير (٥٣,٥%) إلى أنهم يعتقـــدون أن الآخريـــن أكثر مشاهدة منهم.
- وتشير نتائج الدراسة أيضاً إلى أن (٣%) من مفردات العينة يعتقـــدون أن هـــذه البرامج ليس لها أى تأثير على مشاهديها، فى حين يعتقد (١٦%) أن لها تـــأثيراً ولكنه ضعيف، ويشير (٨١%) إلى أن لها تأثيراً قوياً عليهم وعلى الآخرين.
- بسؤال المبحوثين عن اعتقادهم فى الأكثر تأثراً بالبرامج الدينية فـــى التليفزيـــون المصرى أشار (٧٩%) من مفردات العينة إلى أنهم يعتقدون أنهم أكثر تأثراً بـــها من الآخرين، فى حين أشار (٢١%) إلى أن الآخرين أكثر تأثراً بها منهم.
- لاختبار مدى وجود فروق ذات دلالة فى مستوى إدراك الأفـــراد لتأثريتـــهم فـــى مقابل تأثرية الآخرين، تم إجراء اختبار "ت" بطريقة العينة المزدوجـــة Paired Sample وكانت نتائج الاختبار على النحو الذى يجمله الجدول التالى:

جدول رقم (٢)

نتائج اختبار "ت" للمقارنة بين تأثرية الأنا والآخرين بالبرامج الدينية

مجال التأثير	متوسط M	الانحراف المعيارى SD	درجات الحرية	الفروق	SD	قيمة ت	P
التأثير على الذات	٤,٣٧	١,٠٣	١٩٩	٠,١٥	٠,٩٠٣	٢,٤٣	٠,٠١
التأثير على الآخرين	٤,٢٢	١,٣٥	١٩٩				

ومن الجدول السابق يتبين لنا أن متوسط درجة اعتقاد الأفـــراد فـــى تأثريتـــهم بالبرامج الدينية أكبر من متوسط درجة اعتقاد الأفراد فى تأثرية الآخرين، وأن الفروق بينهما دالة إحصائيا، حيث إن قيمة ت= (٢,٤٣) وهى قيمة دالة عند مستوى معنويـــة أقل من (٠,٠٥) وبدرجة ثقة (٠,٩٥).

وعلى هذا يمكن لنا قبول الفرض الأول (أ).

ب- **توجد فروق ذات دلالة فى مستوى إدراك الأفراد لتأثريتـــهم بـــبرامج العنـــف وأفلام الأكشن فى مقابل تأثرية الآخرين (التأثير الأكبر على الآخرين)**

- تشير نتائج الدراسة إلى أن (٧١%) من مفردات العينة يشاهدون بشكل منتظـــم أو بالمصادفة برامج العنف وأفلام الأكشن فى التليفزيون المصرى، فى حين يوجـــد (٢٩%) لا يتعرضون لهذه البرامج.
- فى إطار المقارنة بين الأنا والآخرين فى حجم التعرض لبرامج العنف والأكشـــن تشير نتائج الدراسة إلى أن (٣١%) من مفردات العينة يعتقدون أنهم أكثر مشـــاهدة من الآخرين، فى حين يعتقد (٦٩%) أن الآخرين أكثر مشاهدة منهم.
- وتشير نتائج الدراسة أيضاً إلى أن (٨,٥%) من مفردات العينة يعتقدون أن هـــذه البرامج ليس لها أى تأثير على مشاهديها، فى حين يعتقد (٢٨,٥%) أن لها تـــأثيراً ولكنه ضعيف، ويعتقد (٦٣%) أن لها تأثيراً قوياً على مشاهديها.
- بسؤال المبحوثين عن اعتقادهم فى الأكثر تأثراً بهذه النوعية من الـــبرامج أشـــار

١١% إلى اعتقادهم فى كونهم الأكثر تأثراً بهذه البرامج مقارنة بـــالآخرين، فـــى حين أشار (٨٩%) إلى اعتقادهم فى كون الآخرين أكثر قابلية للتأثر بهذه الـبرامج مقارنة بهم.

- لاختبار وجود فروق ذات دلالة فى مستوى إدراك الأفراد لتأثريتهم فـــى مقـــابل تأثرية الآخرين، تم إجراء اختبار "ت" بطريقة العينة المزدوجة، وكـــانت نتـــائج الاختبار على النحو الذى يجمله الجدول التالى:-

جدول رقم (٣)

نتائج اختبار "ت" للمقارنة بين تأثرية الأنا والآخرين ببرامج العنف

مجال التأثير	المتوسط M	الانحراف المعيارى SD	درجات الحرية	الفروق	SD	قيمة ت	P
التأثير على الذات	٢,٢٤	١,٣٥	١٩٩	١,٩٣	١,٥	١٨,١	٠,٠٠٠١
التأثير على الآخرين	٤,١٧	٠,٩٥	١٩٩				

- ومن الجدول السابق يتبين لنا أن متوسط درجة اعتقاد الأفراد فى تأثرية الآخريـــن ببرامج العنف (M = ٤,١٧ ، SD= ١,٣٥) أكبر من متوسط درجة اعتقاد الأفراد فى تأثريتهم (M = ٢,٢٤ ، SD= ٠,٩٥) وأن الفروق بينهما دالة إحصائياً، حيث إن قيمة ت= (١٨,١) وهى قيمة دالة عند مســـتوى معنويـــة أقـــل مـــن (٠,٠٥) وبدرجة ثقة (٠,٩٥).

وعلى هذا يمكن لنا قبول الفرض الأول (ب).

- ومن أ، ب يمكن لنا قبول الفرض الأول القائل "تختلف مساحة الفجوة الإدراكيـــة بين تأثرية الأنا وتأثرية الآخرين باختلاف طبيعة (اتجاه) المضمون التليفزيونـــى الذى يراد قياس تأثيره".

الفرض الثانى: تختلف مســـاحة الفجـــوة الإدراكيـــة بـــاختلاف خصـــائص الأفـــراد الديموجرافية (النوع – المستوى الاقتصادى – الفئة السنية).

- لاختبار هذا الفرض تم إجراء اختبار "ت" بطريقة العينات المستقلة Independent

Sample T.Test بالنسبة لكل خصيصة على حدة. ويجمل الجدول التـــالى نتـــائج اختبارات "ت" لهذه الخصائص بالنسبة للمضمونين المراد قياس تأثيرهما:-

جدول رقم (٤)

نتائج اختبارات "ت" للفروق بين الخصائص الديموجرافية

أ. البرامج الدينية	قيمة ت	P	ملاحظات
النوع	١,٦٧	٠,٠٩	تزيد الفجوة الإدراكية لدى الإناث عن الذكـــور غير أن الفروق غير دالة إحصائياً.
المستوى الاقتصادى	٠,٧٤٨	٠,٤٥٦	تزيد الفجوة الإدراكية لدى الأعلى فى المستوى الاقتصادى عن الأقل فى المستوى الاقتصـــادى غير أن الفروق غير دالة إحصائياً.
الفئة السنية	٠,٢١٠	٠,٨٣٥	تزيد الفجوة الإدراكية لدى الأكبر ســـناً عـــن الأصغر سناً غـــير أن الفـــروق غـــير دالـــة إحصائياً.
ب. برامج العنف	قيمة ت	P	ملاحظات
النوع	٢,٠٤	٠,٠٤	تزيد الفجوة الإدراكية لدى الإناث وبفروق دالة عن الذكور
المستوى الاقتصادى	٣,٨٦	٠,٠٠٠١	تزيد الفجوة الإدراكية لدى الأعلى فى المستوى الاقتصادى وبفروق دالـــة عـــن الأقـــل فـــى المستوى الاقتصادى.
الفئة السنية	٣,٤٣	٠,٠٠٠١	تزيد الفجوة الإدراكية لدى الأكبر سناً وبفـــووق دالة عن الأصغر سناً.

ومن الجدول السابق يتضح لنا ما يلى:

أ- فيما يتعلق بالبرامج الدينية لم يثبت الفرض، حيث إن قيم "ت" غـــير دالـــة عنـــد مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥).

ب- فيما يتعلق ببرامج العنف يمكن قبول الفرض، حيث وجــد أن الإنــاث أكــثر اعتقاداً فى تأثرية الآخرين من الذكور، وكذا وجــد أن الأعلــى فــى المســتوى الاقتصادى أكثر اعتقاداً فى تأثرية الآخرين من الأقل فى المســتوى الاقتصـــادى، وكذا وجد أن الأكبر سناً أكثر اعتقاداً فى تأثرية الآخرين من الأصغر سنا. وجميع هذه الفروق دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥).

معنى هذا أن الفروق بيــن الأفــراد تتلاشــى وتختفــى فــى حالــة القضايــا (والمضامين) الإيجابية وتبرز وتظهر فى حالة المضامين السلبية. وعلى هـــذا نقبــل الفرض الثاني جزئيا في حالة المضامين السلبية، ونرفضه جزئياً في حالة المضـــامين الإيجابية.

الفرض الثالث:

"توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين مساحة الفجوة الإدراكية ودرجة تأييد الفــرد لاتخاذ إجراء معين نحو المضامين التليفزيونية المراد قياس تأثيرها".

لاختبار هذا الفرض تم إجراء بيرسون **person** للعلاقة بين المكونين الإدراكــي والسلوكى، وأسفر الاختبار عن النتائج التى يجملها الجدول التالى:-

جدول رقم (٥)

اختبار العلاقة بين المكونين الإدراكى والسلوكى

العـــــلاقة	معامل ارتباط بيرسون r	P
• البرامج الدينية		
– مساحة الفجوة الإدراكية • زيادة الجرعة الدينية	٠,٢٧١	٠,٠٠٠١
– درجة الاعتقاد فى تأثرية الأنا • زيادة الجرعة الدينية	٠,٥١٣	٠,٠٠٠١
– درجة الاعتقاد فى تأثرية الآخرين • زيادة الجرعة الدينية	٠,٣٧٦	٠,٠٠٠١
• برامج العنف وأفلام الأكشن		
– مساحة الفجوة الإدراكية • فرض رقابة ووضع قيود	٠,٠٩٢	٠,١٩٤
– درجة الاعتقاد فى تأثرية الأنا • فرض رقابة ووضع قيود	٠,٠٧٥	٠,٢٩٣
– درجة الاعتقاد فى تأثرية الآخرين • فرض رقابة ووضع قيود	٠,٢٥٢	٠,٠٠٠١

ومن الجدول السابق يتضح لنا ما يلى:

أ- أن الفرض السلوكى يمكن قبوله فى حالة المضمون الإيجابى (الـــبرامج الدينيـــة) حيث توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين مساحة الفجوة الإدراكيـــة وتـــأييد زيـــادة الجرعة الدينية أو إنشاء قناة دينية متخصصة، فى حين أنه لا يمكن قبول الفـــرض فيما يتعلق ببرامج العنف.

ب- إن شدة العلاقة بين المكونين الإدراكى والسلوكى فيما يتعلق بالبرامج الدينية تزيـــد عندما يعتقد الفرد أنه أكثر قابلية للتأثر بهذه البرامج مقارنة بشدتها عندمـــا يعتقـــد الفرد أن الآخرين أكثر قابلية للتأثر بهذه البرامج على هذا يمكن لنا قبول الفـــرض الثالث جزئياً فيما يتعلق بوجود علاقة ارتباطية إيجابية بين المكونيـــن الإدراكـــى والسلوكى فى حالة البرامج الدينية، ويمكن لنا رفض الفرض الثالث جزئيـــاً فيمـــا يتعلق بوجود علاقة ارتباطية بين المكونين الإدراكى والسلوكى فى حالـــة برامـــج العنف.

الفرض الرابع:

"تختلف درجة تأييد الأفراد لاتخاذ إجراء معين نحو المضـــامين التليفزيونيـــة المراد قياس تأثيرها باختلاف خصائص الأفراد الديموجرافية" .

- لاختبار هذا الفرض تم إجراء اختبار "ت" بالنسبة لكل خصيصة علـــى حـــدة، ويجمل الجدول التالى نتائج اختبار "ت" لهذه الخصائص على متغير المكـــون السلوكى.

جدول رقم (٦)

نتائج اختبارات "ت" للفروق بين نتيجة الخصائص الديموجرافية

	الخصائص	قيمة ت	P	ملاحظات
زيادة الجرعة الدينية	النوع	١,٢٤	٠,٢٤	يزيد التأييد لدى الذكور مقارنــة بالإناث والفــروق غــير دالــة إحصائيا.
	المستوى الاقتصادى	١,٨٩	٠,٠٦	يزيد التأييد لدى الأقل اقتصاديــاً غير أن الفــروق غــير دالــة احصائياً.
	الفئة السنية	١,٢٧	٠,٢١٠	يزيد التأييد لدى الأكبر سنا غير أن الفروق غير دالة إحصائياً.
فرض رقابة ووضع قيود على برامج العنف وأفلام الأكشن	النوع	١,٥٧	٠,١١٦	يزيد التأييد لدى الذكور غـير أن الفروق غير دالة إحصائياً.
	المستوى الاقتصادى	١,٢٣	٠,٢٠	يزيــد التــأييد لــدى الأعلــى اقتصادياً والفروق غــير دالــة إحصائياً.
	الفئة السنية	١,٧٧	٠,١٠	يزيد التأييد لــدى كبــار الســن والفروق غير دالة إحصائياً.

- ومن الجدول السابق يتضح لنا أن هناك فروقاً فى درجة تــأييد الأفــراد لاتخــاذ إجراء معين نحو المضامين التليفزيونية المــراد قيــاس تأثيرهــا راجعــة إلــى خصائصهم الديموجرافية، غير أن هذه الفروق – جميعاً – غير دالة إحصائياً عنـد مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥) ودرجة ثقة (٠,٩٥). <u>وعلى هذا نرفض الفــرض الرابع:</u>

الفرض الخامس:

"تختلف مساحة الفجوة الإدراكية باختلاف طريقة ترتيـــب الأســئلة (المتعلقـــة بالتأثير) فى استمارة الاستبيان" .

لاختبار هذا الفرض تم إجراء اختبار تحليل التباين فى اتجاه واحد **ONE WAY ANOVA** وذلك بطريقة **Tukey HSD** وذلك لاختبار مدى التباين فى مساحة الفجـــوة الإدراكية باختلاف طريقة ترتيب الأسئلة فى الاستمارة (أربع طرق لـــترتيب الأســئلة سبق توضيحها). وأسفر الاختبار عن النتائج التى يجملها الجدول التالى:

جدول رقم (٧)

اختبار تحليل التباين بين الطرق الأربعة لترتيب الأسئلة فى الاستمارة

البرامج الدينية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة F	P
التباين بين المجموعات	٧,٠٩٥	٢,٣٦٥	٣	٢,٩٨٩	٠,٠٦
التباين داخل المجموعات	١٥٥,٠٠	٠,٧٩١	١٩٦		لا توجد فروق دالة بين الطرق الأربعة لترتيب الأسئلة
--	١٦٢,١٩٥	--	١٩٩		
برامج العنف وأفلام الأكشن	**مجموع المربعات**	**متوسط المربعات**	**درجات الحرية**	**قيمة F**	**P**
التباين بين المجموعات	٤٥,٢٢	١٥,٠٧٣	٣	٧,٢٨٠	٠,٠٠٠١
التباين داخل المجموعات	٤٠٥,٨٠	٢,٠٧٠	١٩٦		الفروق توجد بين طريقة R.O.S. وطريقة S.O.R.
--	٤٥١,٠٢٠	--	١٩٩		

- ومن الجدول السابق يتبين لنا أنه لا توجد فروق دالة فـــى مســاحة الفجــوة الإدراكية لدى الأفراد فيما يتعلق بالبرامج الدينية مرجعـــها طريقــة ترتيــب الأسئلة فى الاستمارة. حيث إن قيمة F هى (٢,٩٨٩)، وهى قيمة دالــة عنــد مستوى معنوية أكبر من (٠,٠٥). وعلى هذا نرفض الفرض الخامس جزئيـــا في حالة المضامين الإيجابية.
- تشير نتائج لاختبار التباين أيضاً إلى أنه يمكن لنا قبول الفرض الخامس جزئيــاً فيما يتعلق بوجود فروق فى حالة السؤال عن برامج العنف وأفــلام الأكشــن وأن هذه الفروق توجد بين الطريقة الرابعة (أسئلة الرقابة أولا، التأثير علـــى الآخرين ثم التأثير على الذات (R.O.S.) من ناحية والطرق الثلاثة من ناحيــة أخرى، وتشير النتائج إلى أن هذه الفروق دالة إحصائياً، حيث إن قيمة F هــى (٧,٢٨) وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥) وبدرجة ثقة (٠,٩٥). وعلى هذا نقبل الفرض الخامس جزئياً في حالة المضامين السلبية.

الفرض السادس :

تختلف درجة تأييد الأفراد لاتخاذ إجراء معين نحــو المضــامين التليفزيونيــة المراد قياس تأثيرها باختلاف طريقة ترتيب الأسئلة فى استمارة الاستبيان.

لاختبار هذا الفرض تم استخدام نفس الاختبار الإحصائى المستخدم فى اختبـــار الفرض السابق، وأسفر الاختبار عن النتائج التى يجملها الجدول التالى:–

جدول رقم (٨)

اختبار تحليل التباين

زيادة الجرعة الدينية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة F	P
التباين بين المجموعات	١,٤٥٠	٠,٤٨٣	٣	١,١٦٩	٠,٣٢٣ ــــــــــ لا توجد فروق ذات دلالة بين الطرق الأربعة لترتيب الأسئلة
التباين داخل المجموعات	٨١,٣٠	٠,٤٠١	١٩٦		
المجموع	٨٢,٤٨٠	--	١٩٩		
فرض رقابة ووضع قيود على برامج العنف	**مجموع المربعات**	**متوسط المربعات**	**درجات الحرية**	**قيمة F**	**P**
التباين بين المجموعات	١,٤٥٥	٠,٤٨٥	٣	٠,٥٧٤	٠,٦٣٣ ــــــــــ لا توجد فروق ذات دلالة بين الطرق الأربعة لترتيب الأسئلة
التباين داخل المجموعات	١٦٥,٧٤	٠,٨٦٤	١٩٦		
--	١٦٧,١٩	--	١٩٩		

- ومن الجدول السابق يتضح لنا أنه لا توجد فـــروق دالـــة بيـــن المجموعـــات الأربعة وذلك بالنسبة للمضمونين، بما يعنى أن طريقة ترتيب الأســـئلة فـــى استمارة الاستبيان لم تكن عاملاً مؤثراً فى طريقة استجابة المبحوثيـــن علـــى أسئلة المكون السلوكى وذلك فيما يتعلق بالبرامج الدينية وكذلك برامج العنـــف وأفلام الأكشن. حيث إن قيم F على التوالى هى: (١,١٦٩ ، ٠,٥٧٤) ، وهـــى قيم غير دالة عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥).
- وعلى هذا **نرفض الفرض السادس.**

التطبيق الثانى: القنوات الفضائية الإباحية:

- **إطار التطبيق:** على الرغم من تعدد الموضوعات وتنوع المجالات التى تــم اختبــار نظرية تأثرية الآخرين بها، فإن هناك موضوعين ومجالين قد اســتأثرا بــالنصيب الأعظم من هذه الدراسات وهما:-
  - مواد العنف فى التليفزيون.
  - أفلام "البورنو" والمواد الإباحية فى قنوات الكابل.

وإذا كان الباحث قد تناول تأثير "مواد العنف" فى التطبيق الأول، فإنــه يتنــاول تأثير الأفلام "البورنو" والمواد الإباحية الخليعة فى التطبيق الثانى.

ونظراً للقلة النسبية لهذه المواد فى القنوات التليفزيونية الأرضية فــإن توســيع نطاق التطبيق ليشمل القنوات الفضائية يعتبر ضرورة بحثية خاصة فى ضوء انتشــار امتلاك "الدش" لدى شريحة كبيرة من الجمهور المصرى إضافة إلــى وجــود قنــوات إباحية مفتوحة "غير مشفرة" على كثير من الأقمار التى تغطى منطقتنا العربية.

- ***فروض الدراسة:***

١. توجد فروق ذات دلالة فى مستوى إدراك الأفراد لتأثريتــهم بــالبرامج والمــواد الإباحية فى القنوات الفضائية مقارنة بمستوى إدراكهم لتأثرية الآخرين بهذه المواد (الآخرون أكثر تأثراً من الأنا).
٢. توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين حجم الفجوة الإدراكية (بين تأثرية الأنا وتأثريــة الآخرين) ودرجة تأييد الأفراد لاتخاذ إجراء معين نحو هذه المواد الإباحية.
٣. تختلف مساحة الفجوة الإدراكية (اتساعا وضيقــاً) بــاختلاف المســافة النفســية/ الاجتماعية بين الفرد والآخرين.

- ***منهجية القياس***

أولا: منهجية قياس المكونين الإدراكى والسلوكى:

تم قياس المكونين الإدراكى والسلوكى بالطريقة ذاتها التى تم اســتخدامها فــى التطبيق الأول مع مراعاة تغيير الصياغة لتناسب موضوع التطبيق.

ثانيا: منهجية قياس المسافة النفسية/ الاجتماعية:

تم استخدام نفس المقياس الذى استخدمته الدراسات السابقة التى عـــالجت هـذا المتغير مع تغيير بعض الفئات لتتناسب مع مجال التطبيق. وعلى هـــذا تـم اســتخدام السؤال التالى:-

- من فضلك، هل يمكن أن ترتب الفئات التالية حسب درجة تأثرهـــا بــهذه المـــواد والبرامج بحيث نبدأ بالأكثر تأثراً وتنتهى بالأقل تأثراً.
  - أنا (نفسى).
  - أصدقائى المقربين.
  - معارفى وجيرانى.
  - زملائى فى العمل (أو فى الدراسة).
  - المصريين بصفة عامة.

• *منهج الدراسة*:

تم الاعتماد على المنهج المسحى، وعلى أسلوب المسح بالعينة، وتـــم اســتخدام استمارة الاستبيان المقننة كأداة لجمع البيانات، وتم ملؤها مع المبحوثيــن مــن خـــلال المقابلة الشخصية(*).

• *عينة الدراسة*:

تم تطبيق الدراسة على (١٧٠) مفردة من سكان محافظتى القاهرة والجيزة ممـن يمتلكون الدش، وتم الاعتماد على أسلوب العينة العمدية وعينة المتطوعين وذلك لعـــدم وجود إطار عام يمكن من خلاله سحب عينة عشوائية (بأنواعها المختلفة).

وعلى الرغم من عيوب هذين النوعين من أنواع العينات (عينات غير احتماليـة) المتمثلة فى عدم إمكانية التعميم أو الإدعاء بأنها ممثلة تمثيلاً جيداً لمجتمع الدراسة فإنه

(*) نظراً لحساسية الموضوع، وخشية أن يؤدى أسلوب أن يقوم الباحث بقـــراءة الأســئلة علـــى المبحوث وتسجيل إجاباته إلى إجابة المبحوث إجابة متحيزة وغير صادقة لذا فقد ترك الباحث الاستمارات للمبحوثين مع جعل ذكر الاسم (اختياريا).

يمكن الخروج منها بمؤشرات عامة يعتمد عليها فى اختبارات الفروض.

- **الإطار الزمنى لجمع البيانات:** تم جمع بيانات هذا التطبيق خلال شهر يوليو ٢٠٠١.
- خصائص عينة الدراسة: يبين الجدول التالى خصائص عينة التطبيق الثانى:

جدول رقم (٩)

خصائص عينة التطبيق الثانى

الخصائص	ك	%
• النوع		
ذكور	٩٤	٥٥,٣
إناث	٧٦	٤٤,٧
• العمر		
– أقل من ٢٠ سنة	٢٤	١٤,١
– ٢٠ – ٤٠ سنة	٨٧	٥١,٢
– ٤٠ – ٦٠ سنة	٤٨	٢٨,٢
– ٦٠ سنة فأكثر	١١	٦,٥
• المستوى الاقتصادى		
– منخفض	١٨	١٠,٦
– متوسط	٧٩	٤٦,٥
– مرتفع	٧٣	٤٢,٩
• المستوى التعليمى		
– منخفض	٨	٤,٧
– متوسط	٤٥	٢٦,٥
– مرتفع	١١٧	٦٨,٨
المجموع	١٧٠	١٠٠

• **نتائج اختبارات الفروض:**

• **الفرض الأول:**

توجد فروق ذات دلالة فى مستوى إدراك الأفراد لتأثريتهم بالبرامج والمـــــواد الإباحية فى القنوات الفضائية مقارنة بمستوى إدراكهم لتأثرية الآخرين بهذه المواد.

- تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن (٢,٣%) من عينة الدراسة يعتقدون أنهم أكـثر مشاهدة لأفلام "البورنو" والمواد الخليعة فى الدش من الآخرين، فى حين يعتقد (٩٧,٧%) أن الآخرين أكثر تعرضاً لهذه المواد منهم.
- وتشير النتائج أيضاً إلى أن (٥,٣%) يعتقدون أن هذه المواد ليس لـــها تــأثير على مشاهديها، فى حين يعتقد (١٩,٤%) أن لـــها تــأثيراً ضعيفـــاً، ويعتقـــد (٧٥,٣%) أن لها تأثيراً قوياً.
- وبسؤال المبحوثين عن الأكثر تأثراً بهذه المواد، أشار (٢١,٢%) من مفـردات العينة إلى أنهم يعتقدون أنهم أكثر تأثراً بها من الآخرين، فـــى حيـــن أشـــار (٧٨,٨%) إلى اعتقادهم فى أن الآخرين أكثر تأثراً بها منهم.
- لاختبار مدى وجود فروق ذات دلالة فى مستوى إدراك الأفراد لتأثريتهم فـــى مقابل تأثرية الآخرين، تم إجراء اختبار "ت" بطريقة العينة المزدوجة **paired sample** وكانت نتائج الاختبار على النحو التالى:-

جدول رقم (١٠)

نتائج اختبار "ت" للمقارنة بين تأثرية الأنا والآخرين بالمواد الإباحية

مجال التأثير	المتوسط M	الانحراف المعيارى SD	درجات الحرية	الفروق	SD	قيمة ت	P
التأثير على الذات	٢.٢٤	١,٤٩	١٦٩	١,٩٧	١,٩٧	١١,٨٢	٠,٠٠٠١
التأثير على الآخرين	٤,٠٣	١,٢١	١٦٩				

ومن الجدول السابق يتضح لنا أن متوسط درجة اعتقاد الأفـــراد فـى تأثريـة الآخرين بالمواد الإباحية (M= ٤,٠٣ – SD = ١,٢١) أكبر من متوسط درجة اعتقـاد الأفراد فى تأثريتهم بهذه المواد (M= ٢,٢٤ – SD = ١,٤٩) وأن الفروق بينهما دالــة إحصائيا، حيث إن قيمة ت= (١١,٨٢) وهى قيمة دالة عند مستوى معنوية أقــل مــن (٠,٠٥) وبدرجة ثقة (٠,٩٥).

وعلى هذا يمكن لنا قبول الفرض الأول .

• **الفرض الثانى:**

توجد علاقة ارتباطية بين حجم الفجوة الإدراكية (بين تأثريـــة الأنـــا وتأثريـــة الآخرين) ودرجة تأييد الأفراد لاتخاذ إجراء معين نحو هذه المواد الإباحية.

- بسؤال المبحوثين عن درجة تأييدهم (أو رفضهم) لوضع قيود أو فرض رقابــة (إن أمكن) على المواد الإباحية فى القنوات الفضائية أشـــار (٥٥,٣%) إلـــى موافقتهم بشدة على وضع القيود وفرض الرقابـــة، وأشـــار (٢٣,٩%) إلـــى موافقتهم، فى حين لم يستطع (٧,١%) أن يتخذ رأياً، وأشـــار (٨,٢%) إلـــى معارضتهم لفرض رقابة أو وضع أى قيود وأشار (٥,٣%) إلى معارضتـــهم الشديدة. معنى ذلك أن (٧٩,٢%) من العينة يقعون على جانب الموافقة مـــن "المتصل" ويقع (١٣,٥%) على جانب المعارضة منه.
- لاختبار العلاقة الارتباطية بين حجم الفجوة الإدراكية ودرجة تـــأييد الأفـــراد لفرض رقابة أو وضع قيود (إن أمكن) على المواد الإباحية تم إجراء اختبـــار بيرسون person للعلاقة بين المكونين الإدراكى والسلوكى، وأسفر الاختبـــار عن العلاقات التى يجملها الجدول التالى:-

جدول رقم (١١)

اختبار العلاقة بين المكونين الإدراكى والسلوكى

العـــــلاقة	r	P
- مساحة الفجوة الإدراكية * فرض رقابة ووضع قيود	٠,٢١٧	٠,٠٠٥
- درجة الاعتقاد فى تأثرية الأنا * فرض رقابة ووضع قيود	٠,٧٩٢	٠,٠٠٠١
- درجة الاعتقاد فى تأثرية الآخرين * فرض رقابة ووضع قيود	٠,٢٥٢	٠,٠٠٠١

ومن الجدول السابق يتضح لنا ما يلى:

- إن هناك علاقة ارتباطية ضعيفة بين مساحة الفجوة الإدراكية ودرجة تأييد الأفراد لفرض رقابة أو وضع قيود على المواد الإباحية فى القنوات الفضائية، غـــير أن هذه العلاقة الارتباطية، على ضعفها، كافية لإثبات الفرض لأنها دالة عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥) وبدرجة ثقة (٠,٩٥).
- إن هناك اختلافاً فى شدة العلاقة بين المكونين الإدراكى والسلوكى وفقاً لاعتقـــاد الفرد فى درجة تأثريته مقارنة بتأثرية الآخرين، فعندما يعتقد الفرد أنه أكثر قابليـة للتأثر بهذه المواد تزيد شدة العلاقة لتصبح علاقة ارتباطيـــة قويـــة (r =٠,٧٩٢) وتقل نسبياً لتصبح (r =٠،٦٥٧) فى حالة اعتقاد الفرد أن الآخرين، وليس هـــو، أكثر قابلية للتأثر بهذه المواد الإباحية.

وعلى هذا **نقبل الفرض الثانى.**

الفرض الثالث: تختلف مساحة الفجوة الإدراكية (اتساعا وضيقاً) بـــاختلاف المســـافة النفسية / الاجتماعية بين الفرد والآخرين.

لاختبار هذا الفرض تم إجراء اختبار تحليل التباين فى اتجاه واحد **ONE WAY ANOVA** وذلك بطريقة **Tukey HSD** وذلك لاختبار مدى التباين فى مساحة الفجـــوة الإدراكية باختلاف المسافة الاجتماعية بين الفرد والآخرين.

وأسفر الاختبار عن النتائج التى يجملها الجدول التالى:

جدول رقم (١٢)

اختبار تحليل التباين على مستويات المسافة الاجتماعية

التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة F	P
بين المجموعات	٥٨,٠٨٦	١٤,٦٧١	٤	٤,٠١٤	٠,٠٠٤
داخل المجموعات	٦٠٣,١٠٨	٣,٦٥٥	١٦٥		
المجموعة	٦٦١,١٩٤	--	١٦٩		

- ومن الجدول السابق يتبين لنا أن هناك فروقاً دالة بيـــن المجموعـــات المختلفـــة للمسافة الاجتماعية على مقياس الفجوة الإدراكية؛ حيث إن قيمـة F = (٤,٠١٤)، وهى قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥). وبدرجة ثقة (٠,٩٥).
- ويبين الجدول التالى مصادر التباين بين المجموعات.

جدول رقم (١٣)

مصادر التباين بين مجموعات المسافة الاجتماعية فى الفجوة الإدراكية

	أنا (نفسى)	أصدقائى المقربين	معارفى وجيرانى	زملائى فى العمل (أو فى الدراسة)	المصريين بصفة عامة
أنا (نفسى)			•	•	•
أصدقائى المقربين			•	•	•
معارفى وجيرانى	•	•			
زملائـــى فـــى العمـــل (أو فى الدراسة)	•	•			
المصريين بصفة عامة	•	•			

- ومن الجدول السابق يتبين لنا أن مساحة الفجوة الإدراكية بين تأثرية الأنا وتأثريـــة الآخرين تضيق وتتسع وفقاً للمسافة النفسية الاجتماعية بين الأنا والآخرين، فكلمـــا قلت المسافة الاجتماعية (بين الأنا والأصدقاء المقربين) انعدمت الفـــروق الدالـــة،

وكلما زادت المسافة الاجتماعية (بين الأنا والمصريين بصفة عامة –بين الأنـــا و معارفي وزملائي) زادت مساحة الفجوة الإدراكية.

وعلى هذا يمكن لنا **قبول الفرض الثالث.**

التطبيق الثالث: ***المواقع الجنسية على الإنترنت***

• **إطار التطبيق:**

على الرغم من أهمية الإنترنت كوسيلة اتصالية معرفية، وعلـــى الرغـــم مـــن استخداماته المتعددة، فإن هناك شريحة من الجمهور تعتقد أن له تأثيرات سلبية وذلـــك لما يحتويه من مواقع جنسية وإباحية كثيرة.

ويهدف هذا التطبيق الثالث إلى إعادة اختبار فروض الدراسة التي أجراها كـــل من وو وي وساه هون كو[١٠٤]. **Wu Wei & Soh Hoon Koo** (٢٠٠١) على عينة من طلاب كلية إدارة الأعمال بجامعة سنغافورة وذلك لدراسة فـــروض نظريـــة تأثيريـــة الآخرين بالتطبيق على المواقع الجنسية والإباحية على الإنترنت.

ولعل إعادة إختبار فروض هذه الدراسة بنفس خطواتها المنهجية قد تساعدنا فـــي الحكم على مدى قابلية فروض النظرية للتحقق بغض النظر عن السياقات الاجتماعيـــة والمجتمعية التي تطبق فيها.

• ***فروض الدراسة:***

١. توجد فروق ذات دلالة في مستوى إدراك الأفراد لتأثريتهم بالمواقع الجنسية علـــى الإنترنت مقارنة بمستوى إدراكهم لتأثرية الآخرين بهذه المواقع (الآخرون أكـــثر تأثراً من الأنا).

٢. توجد علاقة إرتباطية إيجابية بين حجم الفجوة الإدراكية (بين تأثرية الأنا وتأثريـــة الآخرين) ودرجة تأييد الأفراد لاتخاذ إجراء معين نحو هذه المواقع الجنسية.

• ***منهجية القياس***

أولا: منهجية قياس حجم التعرض للمواقع الجنسية:

تم استخدام مقياس حجم التعرض للمواقع الجنسية الذي وضعه كل مـــن وو وي

وساه هون كو واستخدماه في دراستهما (٢٠٠١) ويتكون المقياس من ســت عبــارات تتعلق بالتعرض لنوعين من المواقع:-

- مواقع ذات مضامين جنسية مباشرة وصريحة **X. Rated Content** ويظهر فـــى هذه المواقع عشاق **Couples** يمارسون الجنس بصورة واضحة.
- مواقع ذات مضامين جنسية غير مباشرة **R. Rated Content**، وتحتــوى هــذه المواقع على صور للأعضاء الجنسية لأغراض تعليمية أو فنية. كما قد تحتـــوى على "نصوص" جنسية غير مصاحبة بصور، كما قد تحتوى على بعض النكـــات الجنسية الصارخة.

ثانيا: منهجية قياس المكونين الإدراكى والسلوكى:

تم قياس المكونين الإدراكى والسلوكى بالطريقة ذاتها التى تم اســـتخدامها فـــى التطبيقين الأول والثانى، مع تعديل الصياغة لتناسب مجال التطبيق.

• *منهج الدراسة*:

تم الاعتماد على منهج المسح، وعلى أسلوب المسح بالعينة، وأستخدمت استمارة الاستبيان المقننة كأداة لجمع البيانات، وتم ملؤها من خلال توزيعـــها علـــى مفـــردات العينة وتركها لهم بعض الوقت (M= ١٥ ق) للإجابة عن أسئلتها(*).

• *عينة الدراسة*:

تم تطبيق الدراسة على ١٠٠ مفردة من طلاب الجامعـــة الأمريكيـــة بالقـــاهرة (AUC) ممن يستخدمون "الإنترنت" فى القاعة الرئيسية بالمكتبة(*) ويمكـــن تصنيـــف عينة الدراسة الحالية على أنها "عينة مصادفة" وتعتمد على "المتطوعين"، وهى فى ذلك تتشابه مع عينة التطبيق الثانى من حيث كون كلا النوعين "عينات غير احتمالية".

(*) تمت كتابة الاستمارة باللغة الإنجليزية.

(*) يوجد بمكتبة الجامعة الأمريكية ما يقرب من ١٠٠ جهاز كمبيوتر متصلين بالإنترنت وتستخدم مجانا لمشتركى المكتبة، وتشهد القاعد التى تحوى هذه الأجهزة إقبالاً من عـــدد كبـــير مـــن الطلاب مما قد لا يتوافر فى "مقاهى الإنترنت" العامة أو فى الجامعات الحكومية.

• **خصائص عينة الدراسة:**

يوضح الجدول التالى خصائص عينة الدراسة:

جدول رقم (١٤)

خصائص عينة التطبيق الثالث

الخصائص	ك	%
• النوع		
ذكور	٤٦	٤٦
إناث	٥٤	٥٤
• طبيعة الدراسة		
– نظرية	٣٧	٣٧
– عملية	٦٣	٦٣
• الفرقة الدراسية		
– الأولى	١٩	١٩
– الثانية	٢٥	٢٥
– الثالثة	١٨	١٨
– الرابعة	٣٨	٣٨
المجموع	١٠٠	١٠٠

• **الإطار الزمنى للدراسة:** تم تطبيق الدراسة خلال شهر سبتمبر ٢٠٠١.

• ***نتائج اختبارات الفروض:***

- **الفـرض الأول: توجـد فـروق ذات دلالـة فـى مسـتوى إدراك الأفـراد لتأثريتهم بالمواقع الجنسية على الإنترنت مقارنة بمسـتوى إدراكـهم لتأثريـة الآخرين بهذه المواد.**
- تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن (١١%) من عينة الدراسة يعتقدون أنـهم أكـثر تعرضاً للمواقع الجنسية على الإنترنت من الآخرين، فى حين يعتقـد (٨٩%) أن

الآخرين أكثر تعرضاً منهم لهذه المواقع.

- وتشير النتائج أيضاً إلى أن (١٥%) يعتقدون أن هذه المواقع ليس لها تأثير علـــى زائريها، فى حين يعتقد (٢٢,٧%) أن لها تأثيراً ضعيفاً ويعتقد (٦٢,٣%) أن لـــها تأثيراً قوياً.
- وبسؤال المبحوثين عن الأكثر تأثراً بهذه المواقع، أشار (٢٥%) إلى اعتقادهم فـــى كونهم الأكثر تأثراً مقارنة بالآخرين، فى حين أشار (٧٥%) إلى اعتقادهم فـــى أن الآخرين أكثر تأثراً بها منهم.
- لاختبار مدى وجود فروق ذات دلالة فى مستوى إدراك الأفـــراد لتأثريتـــهم فـــى مقابل تأثرية الآخرين، تم إجراء اختبار "ت" بطريقة العينـــة المزدوجـــة paired sample وكانت نتائج الاختبار على النحو التالى:

جدول رقم (١٥)

نتائج اختبار "ت" للمقارنة بين تأثرية الأنا والآخرين بالمواقع الجنسية

<table>
<tr><th>مجال التأثير</th><th>المتوسط M</th><th>الانحراف المعيارى SD</th><th>درجات الحرية</th><th>الفروق</th><th>SD</th><th>قيمة ت</th><th>P</th></tr>
<tr><td>التأثير على الذات</td><td>١,٩٣</td><td>١,٠٠٧</td><td>٩٩</td><td rowspan="2">٢,٠٠</td><td rowspan="2">١,٨٦٤</td><td rowspan="2">١٠,٧٢٩</td><td rowspan="2">٠,٠٠١</td></tr>
<tr><td>التأثير على الآخرين</td><td>٣,٩٣</td><td>١,٢٤٩</td><td>٩٩</td></tr>
</table>

ومن الجدول السابق يتضح لنا أن متوسط درجة اعتقاد الأفـــراد فـــى تأثريـــة الآخرين بالمواقع الجنسية على الإنـــترنت (M= ٣,٩٣، SD= ١,٢٤٩) أكـــبر مـــن متوسط درجة اعتقادهم فى تأثريتهم بـــهذه المواقـــع (M= ١,٩٣، SD= ١,٠٠٧) وأن الفروق بينهما دالة إحصائياً، حيث إن قيمة ت = (١٠,٧٢٩) وهى قيمة دالـــة عنـــد مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥) وبدرجة ثقة (٠,٩٥)

وعلى هذا نقبل الفرض الأول:

- **الفرض الثانى: توجد علاقة ارتباطية بين حجم الفجوة الإدراكية (بين تأثرية الأنا وتأثرية الآخرين) وبدرجة تأييد الأفراد لاتخاذ إجراء معين نحو هذه المواقع.**
- بسؤال المبحوثين عن درجة تأييدهم (أو رفضهم) لوضع قيود وفرض رقابـــة (إن أمكن) على المواقع الجنسية على الإنترنت أشار (٦٠%) إلى موافقتهم بشدة علـــى وضع القيود وفرض الرقابة، وأشار (١٩%) إلى موافقتهم، فى حين لم يســـتطع (٦%) أن يتخذ رأياً، وأشار (٩%) إلى معارضتهم لفرض رقابـــة أو وضـــع أى قيود، وأشار (٦%) إلى معارضتهم الشديدة.
- لاختبار العلاقة الارتباطية بين حجم الفجوة الإدراكية ودرجة تأييد الأفراد لفـــرض رقابة أو وضع قيود (إن أمكن) على المواقع الجنسية تم إجراء اختبار بيرســـون person للعلاقة بين المكونين الإدراكى والسلوكى، وأسفر الاختبار عن العلاقـــات التى يجملها الجدول التالى:-

جدول رقم (١٦)

اختبار العلاقة بين المكونين الإدراكى والسلوكى

العـــلاقة	r	P
- مساحة الفجوة الإدراكية * فرض رقابة ووضع قيود	٠,٠٦	٠,٥٤٦
- درجة الاعتقاد فى تأثرية الأنا * فرض رقابة ووضع قيود	٠,١٧٢	٠,٠٨
- درجة الاعتقاد فـــى تأثريـــة الآخريـــن * فـــرض رقابـــة ووضع قيود	٠,٢٣٠	٠,٠٦

ومن الجدول السابق يتضح لنا ما يلى:

إنه لا توجد علاقة ارتباطية بين مساحة الفجوة الإدراكية ودرجة تـــأييد الفـــرد بفرض رقابة ووضع قيود (إن أمكن) على المواقع الجنسية على الإنترنت، حيـــث إن قيمة r= (٠,٠٦) وهى قيمة غير دالة عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥).

وعلى هذا نرفض الفرض الثانى.

• **مناقشة نتائج الدراسة**.

اختبرت الدراسة الحالية (بتطبيقاتها الثلاثة) أحد عشر فرضاً رئيساً بالإضافــــة إلى عدد من الفروض الفرعية، وتم التحقق من صحة بعض الفروض، ولم يتم التحقــق من صحة بعضها الآخر، ويمكن تفسير نتائج الدراسة وإلقاء الضوء على العوامل التـى حددت منطلقاتها على النحو التالى:

(١) *النتائج الخاصة بالفرض الإدراكى*:

تم التحقق من صحة الفرض الإدراكى فى تطبيقات الدراسة الثلاثة:

ففى التطبيق الأول: أشارت النتائج إلى أن متوسط درجة اعتقاد الأفراد فـــى تأثريــة الآخرين ببرامج العنف أكبر من متوسط درجـــة اعتقـــاد الأفـــراد فـــى تأثريتهم، وأن الفروق بينهما دالة إحصائياً.

وفى التطبيق الثانى: أشارت النتائج إلى أن متوسط درجة اعتقاد الأفراد فـــى تأثريــة الآخرين بالمواد الإباحية أكبر من متوسط درجة اعتقـــاد الأفـــراد فـــى تأثريتهم بهذه المواد، وأن الفروق بينهما دالة إحصائياً.

وفى التطبيق الثالث: أشارت النتائج إلى أن متوسط درجة اعتقاد الأفراد فـــى تأثريــة الآخرين بالمواقع الجنسية على الإنترنت أكبر من متوسط درجة اعتقـــاد الأفراد فى تأثريتهم بهذه المواقع، وأن الفروق بينهما دالة إحصائياً.

وتتفق هذه النتائج مع نتائج كل الدراسات السابقة فى مجال نظرية تأثرية الآخرين بما يجعلنا نتفق مع بيرلوف Perloff (١٩٩٣ ، ١٩٩٦) [١٠٥] ومع كل من دوبـــاجين وسالوين وبول Dupagne, Salwen & paul (١٩٩٩) [١٠٦] على أن "الفرض الإدراكى فى نظرية تأثرية الآخرين أصبح مؤكداً Robust بغض النظر عن السياق الـــذى يتـم اختبار الفرض فيه".

ولعله مما يزيد من اعتقاد الباحث فى صحة الفرض الإدراكى أنه ثبت على الرغم من اختلاف الوسيلة المراد قياس تأثيرها (قنـــوات التليفزيـــون الأرضيـــة، القنـــوات الفضائية، الإنترنت) وكذلك باختلاف نوعية وخصائص الجمـــهور (جمـــهور عـــام – طلاب جامعة).

• ***النتائج الخاصة باختبار الفرض السلوكى*:**

يشير كثير من الباحثين إلى أن الفرض السلوكى من الفروض التى تثير الجـــدل والنقاش وليس هناك اتفاق على نتائجه[١٠٧] وأن الدراسات التى أجريت لاختبـــار هـــذا الفرض غير مقنعة فى نتائجها[١٠٧]. ومن ثم فإن هذا الفرض، على عكـــس الفـــرض الإدراكى، لا يزال غير مؤكد **unsubstantiated** حتى الآن[١٠٨].

وتأتى الدراسة الحالية (بتطبيقاتها الثلاثة) متفقة مع التوجـــه العـــام للدراســـات الأخرى من حيث قبول الفرض أحياناً ورفضه فى أحيان أخرى، حيث أشارت نتـــائج التطبيق الأول إلى عدم وجود علاقة بين مساحة الفجوة الإدراكية ودرجة تأييد الفـــرد لفرض رقابة على مواد العنف فى التليفزيون.

وأشارت نتائج التطبيق الثالث إلى عدم وجود علاقـــة بيـــن مســـاحة الفجـــوة الإدراكية ودرجة تأييد الفرد لفرض رقابة على المواقع الجنسية على الإنترنت. غـــير أنه، فى المقابل، تشير نتائج التطبيق الثانى إلى وجود علاقـــة بيـــن مســـاحة الفجـــوة الإدراكية ودرجة تأييد الفرد لفرض رقابة على المواد الجنسية فى القنوات الفضائية.

وإذا كان من الممكن تفسير نتائج التطبيق الثانى، والتى تحقق فيها الفرض، فـــى ضوء التفسيرين اللذين تم تقديمهما سابقاً وهما:

- التفسير القائم على نظرية الدافعية الوقائية لروجرز، والذى ينظر إلـــى تـــأييد فرض الرقابة على وسائل الإعلام فى نظرية تأثرية الآخرين باعتباره استجابة تكيفية **Adaptive Response** للتعامل مع الخطر أو التهديد الذى تمثله وســـائل الإعلام[١٠٩].
- التفسير القائم على مفهوم الوالدية، والذى يصور الرقيب كأنه "أب" يقوم بعمـــل نموذجى مقصود **An Exemplary Act**، ومن ثم يضفى على فرض الرقابـــة معنى إنسانياً ويجعله مقبولاً من الناحية الاجتماعية[١١٠].

فإن عدم ثبوت الفرض السلوكى فى التطبيقين الأول والثالث يدفعنا إلى اســـتعارة التفرقة التى وضعها دافان شاه وزملاؤه **Dhavan Shah** (١٩٩٩) وذلك للتمييز بين:-

أ- تقدير الأفراد وتوقعاتهم عن مدى قابليتهم (والآخرين) وحساسيتهم للتأثر بالرســـائل

الإعلامية Susceptibility.

ب- تقدير الأفراد وتوقعاتهم عن مدى قوة التأثير الناتج عن التعرض لـــهذه الرســائل Severity(١١١).

وفى التطبيقين الأول والثالث قد يكون مستوى توقعات الأفراد عن القابلية للتـأثر مرتفعاً غير أن تقديرهم لمستوى التأثير منخفض مما أحدث هذا التناقض.

غير أن هذه النتائج المتضاربة وغير المؤكدة للفرض الســلوكى تدفــع بعــض الباحثين لإجراء دراسات لاحقة مبنية على تفسيرات أخرى للفرض الســـلوكى يمكــن التحقق منها إمبيريقياً.

(٣) *المتغيرات الوسيطة*:

أ- نوع القضية ومدى مقبوليتها من الناحية الاجتماعية:

درج معظم الباحثين فى مجال نظرية تأثرية الآخرين على اختيـــار قضايـــا أو مضامين يفترض أنها غير مقبولة اجتماعيا، وهذا الاختيار يعطـــى منطقيـــة لاختبـــار النظرية: فالمضمون غير المقبول اجتماعيا (السلبى، الضار، غير الوظيفى...) قد يزيـد من مساحة الفجوة الإدراكية فى حين أن المضمون المقبول اجتماعياً قد يقلل من هـــذه المساحة أو قد يعكس الفرض الإدراكى تمامـــاً (تأثريـــة الأنـــا أكـــبر مـــن تأثريـــة الآخرين)(١١١).

وفى التطبيق الأول من الدراسة الحالية تم سؤال المبحوثين عن وتأثير نوعيـــن من المضامين، أحدهما سلبى (برامج العنف) والآخر إيجابى (البرامج الدينية)، وتشـــير النتائج إلى أنه فى حالة سؤال المبحوثين عن تأثير المضمون السلبى وجد أن متوســـط درجة اعتقاد الأفراد فى تأثرية الآخرين بهذا المضمون أكـــبر مـــن متوســـط درجـــة اعتقادهم فى تأثريتهم وأن الفروق دالة إحصائيا، فى حين وجد، عنـــد ســـؤالهم عـــن المضمون الإيجابى، أن متوسط درجة اعتقاد الأفراد فى تأثريتهم بهذا المضمون أكـبر، وبفروق دالة، عن متوسط درجة اعتقاد الأفراد فى تأثرية الآخرين (الفرض العكسى).

وعلى هذا فإن نتائج هذه الدراسة تتفق مع نتائج الدراسات السابقة ســـواء فيمـــا

يتعلق بالفرض الأصلى أو بالفرض العكسى. غير أنه لابد من الإشارة إلى أن إحـــدى المشكلات التى واجهت هذه الدراسة، كما واجهت غيرها من الدراســـات، أن تحديـد مدى مقبولية القضية اجتماعياً أو عدم مقبوليته لم يتم قياسه وإنما تم افتراضه.

(ب) متغير المسافة النفسية الاجتماعية:

يشير مفهوم المسافة النفسية الاجتماعية إلى الطريقة التى مـــن خلالـــها يحـدد الأفراد موقع أقرانهم عند المقارنة من التعرض لموضوع ما، وقد عـــرض بـيرلوف perloff (١٩٩٣) نتائج ثلاث دراسات تشير إلى أن الفجوة الإدراكية تزداد كلمـــا تـم إدراك الآخرين على أنهم تبعدهم مسافة عن الأنا(١١٣). كما أشارت بعــض الدراســات إلى أن مساحة الفجوة الإدراكية تتحدد وفقاً لمن هو الآخر الذى تتم معه المقارنة، حيث تزداد الفجوة كلما تم إدراك الآخر على أنه بعيد جـــداً (الإنســان العــادى average person) وتقل الفجوة عندما يكون الآخر هو صديقى القريب(١١٤).

وفى التطبيق الثانى من الدراسة الحالية تم اختبـــار متغـير المســافة النفسـية الاجتماعية، وأشارت النتائج إلى أن مساحة الفجوة الإدراكيـــة تضيـق وتتسـع وفقـاً للمسافة النفسية والاجتماعية بين الأنا والآخرين، فكلما قلت المسافة الاجتماعية (كتلـك التى بين الفرد وأصدقائه المقربين) انعدمت الفـــروق الدالـــة، وكلمـــا زادت المســافة الاجتماعية (كتلك التى بين الفرد والإنسان العادى) زادت مساحة الفجوة الإدراكية).

معنى هذا أن نتائج الدراسة تتفق فى مجملها مع نتائج الدراســـات الســابقة فـــى هذا المجال.

غير أنه لابد مـــن الإشـــارة أيضـــاً إلـــى أن الدراســـة الحاليـــة تشـــترك مـــع غيرها من دراسات فى كونها لـــم تتضمـــن مقياســـاً للمســافة النفســية الاجتماعيـــة وإنما افترضت ترتيباً معيناً للجماعات على متصـــــل المســـافة النفســـية الاجتماعيـــة The Social Distance Construct.

(ج) المتغيرات الديموجرافية:

لم تركز معظم الدراسات التى أجريت فى مجال تأثرية الآخرين على المتغـــيرات الديموجرافية، ومن ثم لا توجد دراسات، فى حدود إطلاع البـــاحث، يمكـــن المقارنـــة

معها.

وتشير نتائج هذه الدراسة إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة سواء على المستوى الإدراكى أو على المستوى السلوكى ترجع إلى خصائص المبحوثين الديموجرافية.

غير أن هذا الاختبار الوحيد لا يكفى وحده لتعميم هذه النتيجة ومن ثم فإن هنـاك حاجة ماسة لبعض الدراسات اللاحقة التى تعيد اختبار هذه المتغـيرات فـى علاقتـها بنظرية تأثرية الآخرين.

(د) طريقة ترتيب الأسئلة فى الاستمارة:

أشار الباحثون طوال عقد الثمانينات إلى أن طريقة وضع الأسئلة التـى تظـهر الذات فى مقارنة مع الآخرين يجعل المبحوثين يجيبون عنها بطريقة فيها تحيز للـذات، ومن ثم يظهرون أنفسهم بصورة أجمل وأقل قابلية للتأثر بالتأثيرات الضـارة لوسـائل الإعلام مقارنة بالآخرين(١١٥).

على أن نتائج الدراسات التى أجريت خلال التسعينات تشير إلى أنـه لا توجـد فروق ذات دلالة ناتجة عن طريقة ترتيب الأسئلة إلى الحد الذى ذهـب فيـه بعـض الباحثين إلى أنه يجب إبعاد قضية ترتيب الأسئلة من القضايا البحثية فى مجال نظريـة تأثرية الآخرين(١١٦).

وفى التطبيق الأول من هذه الدراسة تم اختبار متغـير ترتيـب الأسـئلة فـى الاستمارة حيث تم إعداد أربع نسخ من استمارة الاستبيان رتبت الأسئلة فى كل نسـخة بطريقة مختلفة عن الأخرى، وأشارت نتائج الدراسة إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالـة بين هذه النسخ سواء فيما يتعلق بنتائج الفرض الإدراكـى أو فيمـا يتعلـق بـالفرض السلوكى ماعدا فرقاً وحيداً وجد بين مجموعتين (من ١٦ مجموعة) وبفروق قد تصـل إلى مستوى عدم الدلالة.

وعلى هذا تتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج بقية الدراسات فى هـذا المجـال. وتتفق مع مقولة إنه يجب إبعاد هذه القضية من قضايا البحث فى النظرية(١١٧).

(هـ) متغيرات أخرى فى حاجة إلى الاختبار:

إضافة إلى المتغيرات التى حاول الباحث إختبارها فى التطبيقات الثلاثة للدراسة توجد بعض المتغيرات الأخرى التى تحتاج إلى دراسات لاحقة تختبرها وتوضح حدود تأثيرها. وهذه المتغيرات هى:

- متغير الاستغراق (الاندماج).
- متغير المعرفة.
- متغير درجة الثقة فى مصدر الرسالة.

كما يمكن اختبار النظرية على المضامين المقدمة فى وسائل أخرى كالصحافة (صفحات الحوادث والجرائم – الدعاية الانتخابية الحزبية ...). والفيديو (أفلام العنف – أفلام البورنو ...) وغيرها.

• هوامش الفصل الأول

(1) Philips Davison (1983) The Third person Effect in Communication. **Public Opinion Quarterly**, vol. 47, pp. 1-15.

(2) Michel Dupagne, Michael B. Salwen & Bryant paul (1999) Impact of Question order on the third- person Effect. **International Journal of public opinion research**, vol. 11, no. 4, p. 334.

(3) Richard M. perloff (1993) Third – person Effect Research 1983- 1992: A Review and Synthesis. **International Journal of public opinion Research**, vol. 5, no. 2, p. 167.

(4) **Ibid.** p. 168.

(5) Michael B. Salwen & paul D. Driscoll (1997) Consequences of Third – person perception in support of press Restrictions in the O.J. Simpson Trial. **Journal of Communication**, vol. 47, no. 2, p. 61.

(6) Philips Davison (1983), **op. cit.**, p. 3.

(7) Julie M. Duck, Michael A. Hogg & Beborah J. Terry (1995) Me, Us and them: Political Identification and the third – person Effect in the 1993 Australian federal Election. **European Journal of Social Psychology**, vol. 25, pp. 195-215.

(8) Philips Davison (1983), **op. cit.**, p. 3.

(9) Richard M. perloff (1993) **op. cit.**, p. 176-178.

(10) Richard M. perloff (1996) perceptions and conceptions of political Media Impact: The third person Effect and Beyond. In: Ann crigler (ed) **The pyschology of political communication**. Ann Arbor: The University of Michigan press. Pp. 177-197.

(11) Philips Davison (1983) **op. cit.**, pp. 1-3.

(12) **Ibid.** p. 3.

(13) Weinstein, N. (1987) Unrealistic optimism about susceptibility to Health problems: Conclusions. From a community- wide sample. **Journal of Behavioral Medicine**, vol. 10. No. 5. Pp. 481-500.

(14) John Chapin (2000) Third- person perception and Optimistic Bias Among urban Minority at- Risk youth. **Communication Research**, vol. 27 no. 1 pp. 51-81.

(15) Vera Hoorens & Suzanne Ruiter (1996) The optimal Impact phenomenon: Beyond the Third person Effect. **European Journal of Social Psychology**. Vol. 26 pp. 599-610.

(16) Harris, p. (1996) Sufficient Grounds for optimism. The Relationship Between perceived Controllability and optimistic Bias. **Journal of Social and Clinical Psychology**. Vol. 15 no. 1 pp. 9-52.

(17) Smith, G., Gerrard, M. & Gibbons, F. (1997) Self- Esteem and the Relation between Risk Behavior and perceptions of Vulnerability to Unplanned Pregnancy in College Women. **Health Psychology**, vol. 16 No. 2 pp. 137-146.

(18) Glanz, K., & Yang, H. (1996) Communicating about The Risk of Infectious diseases. **Journal of the American Association**, vol. 275 No. 3, p. 253.

(19) William Eveland et al (1999) Rethinking the Social Distance Corollary, Perceived Likelihood of Exposure and the Third- person perception. **Communication Research**, vol. 26 No. 3 pp. 280-281.

(20) Albert Gunther (1991) What we think others think: Causes and Consequences in the Third- person Effect. **Communication Research**. Vol. 18. No. 2, pp. 357-358.

(21) Richard perloff (1993) **op. cit.**, 177-178.

(22) **Ibid.**

(23) Richard perloff (1996) **op. Cit.**, p. 188.

(24) **Ibid.**

(25) Glynn, G.J. & Ostman, R.E. (1988) public opinion about public opinion. **Journalism Quarterly**, vol. 65. pp. 299-306.

(26) Dominic Lasorsa, (1989) Real and perceived Effects of "Amerika". **Journalism Quarterly**. Vol. 66, pp. 373-378 (+ 529).

(27) Dianne Rucinski, & Charles Salmon, (1990) The "Other" as The Vulnerable Voter: A study of the third- person Effect in the 1988 U.S. Presidential Campaign. International **Journal of public opinion Research**. Vol. 2, pp. 345-368.

(28) Richard perloff (1993) **op. cit.**, p. 171.

(29) Julie, Duck, Michael Hogg & Deborah Terry (1995), **op. cit.**, pp. 195-215.

(30) Vera Hoorens & Suzanne Ruiter (1996) **op. cit.**, pp. 599-610.

(31) Michael, Salwen & Paul Driscoll (1997) **op. cit.**, pp. 60-76.

(32) Douglas Mcleod, William Eveland & Amy Nathanson (1997) Support for Censorship of Violent and Misogynic Rap Lyrics: An Analysis of the third person Effect. **Communication Research**, vol. 24 No. 2, pp. 153-174.

(33) Vincent price, David Tewksbury & Li-Ning Huang (1998) Third- person Effects on publication of a Holocaust- Denial Advertisement. **Communication Research**. Vol. 48. Spring. Pp. 3-26.

(34) Cynthia Hoffner et al (1999) Support for Censorship of Television Violence: The Role of The Third- Person Effect and News Exposure. **Communication Research**. Vol. 26, No. 6, pp. 72-742.

(35) Lisa Henriksen & June Flora (1999) Third- Person perception and Children: prceived Impact of Pro- and Anti- smoking Ads. **Communication Research**. Vol. 26, No. 6, pp. 643-65.

(36) William Eveland et al (1999) **op. cit.**, pp. 275- 302.

(37) Michael Salwen & Michel Dupagne (1999) The Third- Person Effect: Perception of the Media's Influence and Immoral Consequences. **Communication Research**. Vol. 26, No. 5, pp. 523-549.

(38) John Chapin (2000), **op. cit.**, pp. 51-81.

(39) Wolfram Peiser & Jochen Peter (2000) Third- Person Perception of Television – Viewing Behavior, **journalism Quarterly**, vol. 50 Winter, pp. 25-45.

(40) Wu Wei & Soh Hoon Koo (2001) Internet Communication and Third-Person Effect: An Exploratory Study in Singapora. **Unpublished study**, Email: Fbawuw@nus.edu.sg.

(41) Philips Davison (1983) **op. cit.**, p. 3.

(42) Dhavan V. Shah (1999) Susceptibility and Severity: Perceptual Dimensions Underlying the third- person Effect. **Communication Research**. Vol. 26, no. 2, p. 247.

(43) Michael Salwen & Michel Dupagne (1999) **op. cit.**, p. 527.

(44) **Ibid.**

(45) Richard perloff (1993) **op. cit.**, p. 172.

(46) Diana Mutz, (1989) The Influence of perceptions of Media Influence: Third person Effects and The Public Expression of Opinions. **International Journal of Public Opinion Research**, vol. 1, pp. 3-23.

(47) Rucinski, D. & Salmon, C.T. (1990) **op. cit.**, pp. 345-68.

(48) Richard perloff (1993), **op. cit.**, p. 173.

(49) Michael Salwen & Michel Dupagne (1999) **op. cit.**, pp.523-549

(50) Michael Salwen & Paul Driscoll (1997) **op. cit.**, pp.60-76

(51) Douglas Mcleod, William Eveland & Amy Nathanson (1997) **op. cit.**, pp153-174

(52) Vincent price, David Tewksbury & Li- Ning Huang (1998) **op. cit.**, pp. 3-26.

(53) Cynthia Hoffner et al (1999) **op. cit.**, pp. 726-42.

(54) Michel Dupagne, Michael Salwen & Bryant paul (1999) **op. cit.**, p. 334.

(55) Michael Salwen & Michel Dupagne (1999) **op. cit.**, pp.523-549

(56) Ven- Hwei Lo & Anna Paddon (2000) Third – Person perception and Support for pornography Restriction: Some Methodological problems. **International Journal of Public opinion Research**. Vol. 12, No. 1, pp. 80-89.

(57) Wu Wei & Soh Moon Koo (2001) **op. cit.**

(58) Richard Perloff (1993) **op. cit.**, p173

(59) Albert Gunther. (1991) **op. cit.**, pp. 355-372.

(60) Richard Perloff (1993) **op. cit.**, p. 173

(61) **Ibid.**

(62) Gunther, A. G. (1991) **op. cit.**, pp. 355-372.

(63) Hernando Rojas et al (1996) For the Good of Others: Censorship and the third- person Effect. **International Journal of Public opinion Research**, vol. 8, pp. 163-86.

(64) Albert Gunther (1995) Overrating the X- Rating: the third- Person perception and Support for censorship of pornography. **Journal of Communication**, vol. 45, No. 2, pp. 27-38.

(65) Changhyun Lee & Siungchan Yang (1996) Third- person perception and support for censorship of sexually Explicit visual content: A Korean case, **Paper presented at the Association for Education in Journalism and Mass Communication**. Anaheim CA, August.

(66) Dianne Rucinski & Charles Salmon (1990) **op. cit.**, pp.345-368

(67) Richard perloff (1993) **op. cit.**, P.174

(68) **Ibid.**

(69) **Ibid.**

(70) William Eveland & Douglas Mcleod (1999) The Effect of Social Desirability on perceived Media Impact: Implications for third person perceptions. **International Journal of public opinion Research**. Vol. 11, No. 4, p. 317.

(71) Albert Gunther & paul Mandy (1993) Biased optimism and the third-person Effect. **Journalism Quarterly**. Vol. 70, pp. 2-11.

(72) Vera Hoorens & Suzanne Ruiter (1996) **op. cit.**, pp. 599-610.

(73) Julie Duck & Barbara Mullin (1995) The Perceived Impact of the Mass Media: Reconsidering the third person Effect. **European Journal of Social psychology**, vol. 25, pp. 77-93.

(74) Albert Gunther & Ang peng Hwa (1996) public perceptions of Television Influence and opinions about censorship in singapore. **International Journal of public opinion Research**, vol. 8, pp. 248-65.

(75) Vera Hoorens & Suzanne Ruiter (1996) **op. cit.**, pp. 599-610.

(76) Michael Salwen & Michal Dupagne (1999) **op. cit.**, p. 525.

(77) Lisa Henriksen & June Flora (1999) **op. cit.,** pp. 643-65.

(78) John chapin (2000) **op. cit., pp.** 51-81.

(79) Richard perloof (1993) **op. cit.,** p.174

(80) Robert Vallone et al **(1985)** The Hostile Media phenomenon: Biased perceptions and perceptions of Media Bias in Coverage of the Beirut Massacre **Journal of Personality and Social Psychology,** vol. 49, no.3, pp. 577-88.

(81) Diana Mutz (1989) **op. cit.,** pp. 3-23.

(82) Dominik Lasorsa (1989) **op. cit.,** pp373-378

(83) Philips Davison (1983) **op. cit.,** p.3

(84) Diana Mutz (1989) **op. cit.,** pp3-23

(85) Douglas Mcleod, William Evaland & Amy Nathanson (1997) **op. cit.,** pp. 153-174.

(86) James Tiedge et al (1991) Discrepancy Between perceived First- person and perceived Third- person Mass Media Effects. **Journalism Quarterly,** vol. 86 (spring- summer) pp. 141-154.

(87) Dominic Lasorsa (1989) **op. cit.,** pp. 373-378.

(88) Paul Driscoll & Michael Salwen (1997) Self- perceived Knowledge of the O.J. Simpson Trial Third- person perception and perceptions of Guilt. **Journalism and Mass Communication Quarterly,** vol. 74, No. 3, pp. 541-556.

(89) Wills, T. (1981) Downward Comparison principles in Social psychology. **Psychological Bulletin.** Vol.'90, No. 2, pp. 245-271.

(90) Richard perloff (1993) **op. cit.,** p. 175

(91) Ibid.

(92) Albert Gunther (1991) **op. cit.,** pp. 357-372.

(93) Hans- Bernard Brosius & Dirk Engel (1996) The Causes of Third- person Effects: Unrealistic Optimism, Impersonal Impact, or Generalized Negative Attitudes Towards Media Influence ? **International Journal of public opinion Research,** vol. 8, pp. 142-162.

(94) Willian Evaland et al (1999), **op. cit.,** p. 278.

(95) Ibid.

(96) Douglas Mcleod, Willian Eveland & Amy Nathanson (1997) **op. cit.,** p.317

(97) Wu Wei & Soh Hoon Koo (2001) **op. cit.**

(98) Richard Perloff (1993), **op. cit.,** p173-175

(99) Michel Dupagne, Michael Salwen & Bryant Paul (1999) **op. cit.,** pp. 335-336.

(100) Ibid.

(101) Hans- Bernard Brosius & Drik Engel (1996) **op. cit.**, pp. 142-162.

(102) Vincent price & David Tewksbury (1996) Measuring The Third person Effect of News: The Impact of Question order, Contrast and Knowledge. **International Journal of Public Opinion Research,** vol. 8, pp. 120-141.

(103) Michel Dupagne, Michael Salwen & Brgant Paul (1999), **op. cit.**, pp. 333-345

(104) Wu Wei & Soh Hoon Koo (2001) **op. cit.**

(105) Richard Perloff (1993), **op. cit.**, p173-175

(106) Michel Dupagne, Michael Salwen & Brgant Paul (1999), **op. cit.**, pp. 333-345

(107) Richard Perloff (1993), **op. cit.**, p173-175

(108) Michael Salwen & Paul Driscoll (1997) **op. cit.**, pp.60-76

(109) Douglas Mcleod, William Eveland & Amy Nathanson (1997) **op. cit.**, pp153-174

(110) Dhavan V. Shah (1999) **op. cit.**, p p. 247.

(111) Michael Salwen & Michal Dupagne (1999) **op. cit.**, p. 525.

(112) Dhavan V. Shah (1999) **op. cit.**, p p. 247.

(113) Richard Perloff (1993), **op. cit.**, p173-175

(114) **Ibid.**

(115) Willian Evaland et al (1999), **op. cit.**, p. 278.

(116) Michel Dupagne, Michael Salwen & Brgant Paul (1999) **op. cit.**, pp. 333-345

(117) Hans- Bernard Brosius & Dirk Engel (1996)) **op. cit.**, pp.142-162.

الفصل الثانى

ظاهرة "توهم المعرفة" فى استطلاعات الرأى العام

وسائل الإعلام وعلاقتها بظاهرة "توهم المعرفة" فى استطلاعات الرأى العام فى مصر

تمهيد :

منذ أن قدم أفلاطون "رمزية الكهف"[*] وهناك عديد من المحاولات لإقامة تفرقة وتمييز بين الواقع الفعلي من ناحية والواقع كما نتخيله أو كما نعتقد فى هيئته من ناحية أخرى، وكان آخر هذه المحاولات، وأشهرها، فى القرن العشرين، ما ذهب إليه والترليبمان Lippmann فى كتابه "الرأي العام" (١٩٢٢) من أن "كل فرد يصنع لنفسه داخل رأسه صورة موثوقاً بها للعالم الذى يعيش فيه، وأياً كان اعتقاده فى هذه الصورة فإنه يتعامل معها كما لو كانت هى العالم نفسه... وإن ما يطلق عليه " تكيّف الفرد مع بيئته "يحدث من خلال هذه الصورة الخيالية Fiction أو البيئة الزائفة Pseudo Environment"[١].

ولعلّ فكرة "توهم المعرفة Pluralistic Ignorance" أن تكون مظهراً من مظاهر هذا التقابل بين الواقع كما يدركه الفرد Perceived Social Reality والواقع الحقيقي Actual Reality وشكلاً من أشكاله الراهنة.

ويُنسب مصطلح "توهم المعرفة" إلى عالم النفس الاجتماعي فلويد ألبورت Allport الذى استخدمه لأول مرة عام (١٩٢٤)[٢]. ثم اشترك فى استخدامه مع تلميذه دانيال كاتز Katz عام (١٩٣١)[٣] ليشيرا به إلى " الانطباعات الخاطئة وغير المبررة Unwarranted التى يكونها الأفراد عن مشاعر الآخرين وعن معتقداتهم فى المواقف المختلفة "، ثم ما لبث أن شاع المصطلح فى كثير من المجالات البحثية أبرزها مجال دراسات الرأي العام حيث يستخدم للإشارة إلى "القراءة الخاطئة لموقف الأغلبية Misreading of the Majority Position حيث يكون التركيز على الإطار الشكلي

(*) تشير رمزية الكهف إلى " مجموعة من الأشخاص كانوا يسكنون فى " قبو " تحت الأرض ، ولا يرون الآخرين إلا فى صورة " خيالات منعكسة (مقلوبة) " نتيجة انعكاس الضوء على نافذة القبو ، و حدث أن خرج أحد هؤلاء من القبو و رأى العالم الحقيقي (غير المقلوب) فشعر بغرابة الواقع (العالم) و عندما عاد أبلغ زملاؤه بما شاهد فلم يصدقوه وصفوه بالجنون" .

(الظاهري) للرأي وليس على توزيعه الحقيقي"[٤].

وعلى الرغم من تعدد أسباب ظاهرة " توهم المعرفة " واختـــلاف البـــاحثين فـــي ترتيبها، فإن هناك اتفاقاً على أن وسائل الإعلام، في عصرنا الحديث، لها دور في هذه الظاهرة، إذ يمكن أن تكون عاملاً على تعميق وجود الظاهرة وذلك عندما لا تعكـــس الواقع بدقة وعندما تقدم معلومات مشوهة ومتحيزة، وقد تكون عاملاً على كسر حـــدة ظهور الظاهرة وتلاشيها عندما تقوم بدورها التنويري بالكشف عن التوزيـــع الحقيقـــي للرأي في المجتمع، وقد تكون عاملاً لتثبيت الظاهرة والإبقاء على حالتها عندما تختلـط فيها المعلومات الدقيقة بالمعلومـــات المشوهة.

مشكلة الدراسة و اهدافها

على الرغم من المحاولات الدائمة التي تقوم بها وسائل الإعـــلام لتقديـــم تغطيـــة موضوعية لأحداث الحياة وقضاياها، فإن تعقد مظاهر الحياة وتشابكها وقلة الإمكانـــات المتاحة، وكون وسائل الإعلام تعبر، في الغالب، عن مصالح مجتمعيـــة واجتماعيـــة معينة، تجعل من تقديم هذه التغطية الموضوعية مهمة صعبة إن لم تكن مستحيلة، لذلك فإن تغطية وسائل الإعلام لقضايا المجتمع عادةً ما توصف بأنـــها متحـــيزة **Biased** ومائلة **Slant**. ولما كان الأفراد يعتمدون، في كثير من الأحيان، على وسائل الإعـــلام في استقاء الأخبار وفي التعرف على مجريات الأمور، فإنه من المحتمـــل أن تتكـــون لديهم مدركات مشوهة وأفكار خاطئة عن طبيعة القضايا المجتمعية من ناحيـــة وعـــن توزيع الرأي العام تجاه هذه القضايا من ناحية أخرى .

في ضوء ذلك تتبلور مشكلة الدراسة وتتحدد أهدافها فـــي اختبـــار هـــذا الطـــرح النظري وذلك من خلال رصد ظاهرة "توهم المعرفة" لدى الجمـــهور المصـــري إزاء عدد من القضايا المجتمعية، وتحليل العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام (التليفزيـــون / الصحـــف) ودرجة "توهم المعرفة" لدى الفرد، إضافةً إلى محاولة تحليل دور بعـــض المتغيرات النفســـية / الاجتماعية في تشكيل الظاهرة وتحديد علاقتها بوسائل الإعلام.

مجال التطبيق

اختار الباحث، كمجال للتطبيق، ثلاث قضايا حظيت بتغطية كبيرة مـــن وســائل الإعلام المصرية فى الآونة الأخيرة، وكانت مثار نقاش وجدل واسعين، وهى:-

(١) **قضية منح الجنسية المصرية لأبناء المصريات المتزوجات بأجانب:** و قد حظيـت هذه القضية بتغطية إعلامية مكثفة خلال السنوات الماضية و تباينت بشأنها الآراء تبايناً شديداً ، وقد كان لتبنى المجلس القومي للمرأة لـــهذه القضيــة و محاولــة استصدار قانون تشريعي من مجلس الشعب بهذا الخصـــوص أثـــره فـــى كثافــة التغطية الإعلامية لها فى الفترة الأخيرة .

(٢) **قضية إحياء اتفاقية الدفاع العربي المشترك:** على الرغم من قدم هـــذه القضيـــة، باعتبارها حلماً داعب أنصار الوحدة العربية منذ الخمسينيات، فإن حصار الرئيـس عرفات فى رام الله، وعجز الدول العربية – منفردة من ناحية ومجتمعة متمثلـــة فى الجامعة العربية من ناحية أخرى – عن مساعدته وفك حصاره، قد أعاد طرح هذه الفكرة بشدة بحيث بدت وكأنها مطلب شعبي عام.

(٣) **قضية تدريس الثقافة الجنسية فى المدارس والجامعات:** وقد عالجت كثـــير مـــن البرامج التليفزيونية والإذاعية وكثير من المقـــالات الصحفيـــة والأعمـــدة هـــذا الموضوع بصورة متزامنة ومتوازية بحيث ظـــن البعـــض أن هـــذه المعالجـــة الإعلامية هى تمهيد للرأي العام لقبول هذا الاقتراح على الرغم من انقســـام الآراء بشدة تجاهه.

و يلاحظ على القضايا الثلاثة السابقة أنها مختلفة فى أبعادها و توجهاتها، فـالأولى هى قضية اجتماعية / سياسية / أمنية، و الثانية هى قضية سياسية / عسكرية و الثالثـة هى قضية ثقافية / دينية، و لعلَّ هذا الاختلاف و التباين بيـــن موضوعـــات القضايـــا يعطى مساحة واسعة لرصد الظاهرة – توهم المعرفة – فى مجالاتها المختلفة.

تقسيم الدراسة

يمكن عرض مدخلات الدراسة و مخرجاتها من خلال المبحثين التاليين :-

المبحث الأول: الأسس النظرية لظاهرة "توهم المعرفة" ويتضمن:-

أولا :- ظاهرة " توهم المعرفة " : المصطلح ، المفهوم ، أسباب الحدوث.

ثانيا:- المقاربات النظرية الإعلامية المرتبطة بظاهرة " توهم المعرفة " .

ثالثا:- الدراسات السابقة المرتبطة بظاهرة " توهم المعرفة " .

المبحث الثانى: الجانب التطبيقى للدراسة ويتضمن:-

أولا:- الإجراءات المنهجية للدراسة .

ثانيا:- نتائج الدراسة .

المبحث الثالث

الأسس النظرية لظاهرة "توهم المعرفة"

أولاً: " ظاهرة توهم المعرفة ": المصطلح، المفهوم، أسباب الحدوث:

(١) المصطلح

على الرغم من شيوع مصطلح Pluralistic Ignorance وكثرة استخدامه في الدراسات النفسية الاجتماعية وفي دراسات الرأي العام فإن هناك اتفاقاً بين عدد كبير من الباحثين على عدم ملاءمته[٥] وعدم دقته[٦] واعتباره " تسمية خاطئة Misnomer " لا تعبر عن طبيعة الظاهرة ولا تكشف عن فحوى المفهوم الذي تحمله[٧].

على أن ذلك الاتفاق لم يدفع الباحثين إلى محاولة صك " مصطلح جديد " أكثر دقة وأكثر تعبيراً عن الظاهرة، واكتفى معظمهم بمحاولة ربط المصطلح بمصطلحات أخرى تعبر عن ظواهر قد تكون شديدة الصلة بالظاهرة أو يمكن اعتبارها متضمنة فيها، ومنها "وهم العمومية Illusion of University "[٨].

وفي اللغة العربية لا يوجد، في حدود ما اطلع عليه الباحث، ترجمة لهذا المصطلح أو مرادف موضوعي له، ومن ثم تبرز عدة اقتراحات منها: " **الجهل الجمعي** " وهي الترجمة الحرفية للمصطلح، وهي لا تعبر، في رأي الباحث، عن المعنى المراد به، أو "**الجهل باتجاه الجماعة الحقيقي**" وهي إن كانت تعبر عن مضمون الظاهرة، جزئياً، إلا إنها أقرب إلى "الوصف" وغير عملية في الاستخدام، أو " **وهم المعرفة بالجماعة** " وهي النظير (المقابل) الإيجابي للترجمة السابقة وهي أقرب للظاهرة من سابقتها، وأخيراً "**توهم المعرفة**" وهي الترجمة التي يميل إليها الباحث [*].

(٢) المفهوم :-

تعددت التعريفات التي قدمها الباحثون لظاهرة "توهم المعرفة" وإن كانت هذه التعريفات، في مجملها، أقرب إلى "التوصيف" وإلى تحديد الأعراض المرتبطة

(*) وضع الباحث عدة محكات يتم صك المصطلح العربي في ضوئها:-
- ألا يكون المصطلح العربي مجرد ترجمة حرفية للمصطلح الإنجليزي، خاصة وأن الأخير غير دقيق على ما يذهب إليه كثير من الباحثين
- ألا يكون المصطلح العربي تكراراً أو تحريفاً لفظياً لمصطلحات أخرى قائمة
- أن يكون المصطلح دالاً بذاته، قدر الإمكان، على الظاهرة.
- أن يكون قليل الكلمات، قدر الإمكان، بحيث لا يتجاوز كلمتين على الأكثر.

بالظاهرة منها إلى تحديد الأبعاد المكونة لها.

(أ) المفهوم فى الدراسات النفسية الاجتماعية:

يشير جيمس فيلدز وهوارد ســـكومان Fields & Schuman (١٩٧٦) إلـى أن ظاهرة " توهم المعرفة " تعكس الموقف الذى يظهر فيه الأفـــراد وكأنــهم يعيشــون ويتعاملون فى واقع (عالم) اجتماعي مزيـف False Social World أو علـى الأقـل مختلف عما يمكن للباحث " الموضوعي " أن يلاحظه[٩].

ويرى هوبرت اوجورمان O'Gorman (١٩٨٦) -وهو من أكثر المدافعين عـن المدخل الاجتماعي Social Approach فى دراسة الظـــاهرة - أن " توهـم المعرفـة" يعنى اشتراك الأفراد فى أفكار زائفة (خاطئة) Shared False Ideas عـــن مشــاعر وأفكار وسلوكيات الآخرين "[١٠].

ويــرى ديل ميللر وكـــاتى ماكفـــارلاند Miller & Macfarland (١٩٨٧) أن "توهم المعرفة" يحدث عندما يعتقـد الأفـراد أن السـلوك العلنـي المتطـابق للفـرد وللآخرين لا ينتج من حالة شـــعورية واحـدة وإنمـا ينتـج مـن حـالات داخليـة مختلفة Different Internal States، فالفرد قد يعتقـــد أن "الخـوف مـن الإحـراج Fear of Embarrassment" قد يكون سبباً كافياً للقيام بسلوك معين لديه فى حيـــن لا يعتقد أن يكون لهذا الخوف تأثيره على سلـــوك الآخرين[١١](*).

الفكرة ذاتها أكدت عليها دراسة لاحقة للبـــاحثين نفســيهما (١٩٩١)[١٢] ودراســة أخرى لديل ميللر وديبورا برينتش Miller & Prentice (١٩٩٤) إذ ذهبـــوا إلـى أن الظاهرة تحدث عندما يشترك أفراد الجماعة فى مدركات خاطئة عن الدافعية Human Motivation تقودهم إلى الاعتقاد فى أن تأثير الدوافع على سلوكهم يختلف ويتبـــاين عن تأثيره على سلوك الآخرين[١٣].

وترى كولين سميث Smith (١٩٩٥) أنه يمكن تعريف " توهم المعرفة " على أنـه

(*) على سبيل المثال: الطالب الذى لا يفهم شيئاً معيناً فى المحاضرة قد يتردد فى سؤال المحـــاضر لأنه لا يريد أن يحرج نفسه أو أن يظهر بمظهر الغبي أمـــام الآخريـن Making a fool of oneself in public، وهذا الخوف من الإحراج يقدره الطالب عند نفسه ويعظم تأثيره عليه فى الوقت الذى يقلل من تأثيره على الآخرين.

نوع من الإسقاط الاجتماعي Type of social projection يحدث عندما يدرك كل فـرد فى الجماعة، بطريقة خاطئة، أن هناك اختلافاً بينه وبيــــن بقيــة أعضــاء الجماعــة المناظرين له، الأمر الذى يمكن أن ينتج عنه الشعور بالعزلة والانحـــراف والجنـــوح والاغتراب(١٤).

و يشير ديبورا برينتش وديل ميللر Prentice & Miller (١٩٩٦) إلى أن " توهم المعرفة "يصف الموقف الذى يُفترض فيه أو يُتخيل أن كل فرد فى جماعة أو مجتمــع ما يرفض بشكل شخصي اعتقاداً أو رأياً أو سلوكاً معيناً فى الوقت الذى يعتقـــد فيــه ويفترض أن الآخرين يقبلون، بشكل شخصي، هذا الاعتقاد أو الرأي أو السلوك وتبـــدأ ظاهرة " توهم المعرفة "، من وجهة نظرهما، عندما يحدث تعارض Discrepancy بين السلوك العلني للفرد والرأي الشخصي له، إذ يعتقد الفرد أن سلوكه العلني قـــد يكـــون مختلفاً عن شعوره أو رأيه الحقيقي، ولكنه لا يفترض وجود الاختلاف والتبـــاين عنـــد الآخرين، بل على العكس، فهو يعتقد أن سلوك الآخرين العلني يتفـــق ويعكـــس بدقـــة الطريقة التى يفكرون بها ويشعرون(١٥).

وأخيراً يرى يوشى تاكا فوكوى Yoshitaka Fukui (٢٠٠١) أن " توهم المعرفـــة " هو حالة نفسية يعتقد فيها الفرد أن أفكاره ومشاعره واتجاهاته الشخصية مختلفة عـــن أفكار ومشاعر واتجاهات الآخرين، فى الوقت الذى يكون سلوكه العلني متطابقاً مــــع السلوك العلني للآخرين(١٦).

(ب) المفهوم فى دراسات الرأي العام:

يشير جاكوب شامير ومايكل شامير Shamir & Shamir (١٩٩٧) إلى أن ظاهرة "توهم المعرفة" تظهر فى دراسات الرأي العام فى مصطلحات مثل " القراءة الخاطئـــة لموقف الأغلبية " حيث يكون التركيز على الإطار الشكلي (الظاهري Modal) للـــرأي وليس على توزيعه الحقيقي، ولعل الحالة الأكثر تطرفاً لهذه الظاهرة هى تلـــك التـــى يدرك فيها الأفراد موقف الأقلية إزاء قضية ما إدراكـــاً خاطئاً وكأنــــهم الأغلبيـــة، أو العكس، كأن يدرك الأفراد رأي الأغلبية وكأنه رأي الأقلية(١٧).

وترى آن مارى ماجور Major (١٩٩٧) أنه يمكن اعتبار " توهم المعرفة "مقياساً

لمدى دقة الفرد فى أثناء قيامه بعملية مراقبة البيئة المتعلقة بمناخ الرأي العـــام حـــول قضية معينة[18]، ويقاس،عادةً، بمقارنة نسبة الأفراد الذين يحملون رأي الأغلبيـــة مـــع نسبة الأفراد الذين يدركون، بدقة، رأي الأغلبية، وكلما زادت النســـبة بيـــن الفريقيـــن زادت درجة توهم المعرفة[19].

ويمـــيز تشـــارلز كورتـــى Korte (١٩٧٢) بيـــن نوعيـــن (مســـتويين) مـــن " توهم المعرفة":-

توهم المعرفة المطلق Absolute: وهو الحالة التى يتم فيها إدراك الأغلبية والنظر إليها على أنها أقلية، أو العكس: إدراك الأقلية والنظر إليها على أنها الأغلبية.

توهم المعرفة النسبي Relative: وهو الحالة التى يتم فيها المبالغة فى تقديـــر موقـــف الأغلبية والأقلية زيادةً ونقصاناً، إيجاباً وسلباً[20].

(٣) أسباب حدوث " توهم المعرفة ":

قدم الباحثون تفسيرات مختلفة لحدوث " توهم المعرفة " واختلفت هذه التفســـيرات باختلاف الإطار المرجعي لهؤلاء الباحثين.

فمن وجهة نظر جاكوب شامير ومايكل شـــامير Shamir & Shamir (١٩٩٧) يوجد تفسيران:- نفسي واجتماعي لظاهرة " توهم المعرفة ": **فمن المنظـــور النفســـي** يرجع " توهم المعرفة " إلى أن الأفراد لا يقومون بمعالجة المعلومات التـــى تصلـــهم بطريقة مثالية بسبب قصور فى العمليات المعرفية واستجابةً لمـــا يســـمى" بـــالتحيزات الخادمة للذات Self –Serving Biases " **ومن المنظور الاجتماعي** ترجع الظاهرة إلى أن الأفراد يستقبلون رسائل خاطئة Error-Prone Messages مـــن البيئـــة، وتـــؤدى المفاتيح Cues غير الدقيقة والمعلومات الخاطئة إلى مؤشرات غـــير صادقـــة وغـــير صحيحة عن الرأي العام وهذه كلها تؤدى إلى حدوث " توهم المعرفة "[21].

ويرى يوشى تاكا فوكوى Fukui (٢٠٠١) أنه يمكن إرجاع " توهـــم المعرفـــة " إلى عاملين:-

- وهم الشفافية أو الوضوح Illusion of Transparency: حيث يعتقد كثير من الأفراد أن لديهم القدرة على معرفة اتجاهات الآخرين بسهولة وعلى معرفـــة دوافعـــهم

ومحركـــات سلوكهم.

- الميل الثقافي لدى الأفراد للتقليل من قوة تأثير الدوافع الاجتماعية على سلوكــــــهم A cultural propensity to underestimate of social motives to influence behavior. فمن وجهة نظر فوكوى يبنى الأفراد توقعاتهم عن دوافع الآخرين وفقاً لمعتقداتهم الثقافية المشتركة حول طريقة توزيع وتقديم الدوافع المختلفــــة، وهــذه الطريقة تدفع الأفراد إلى المبالغة فى تقدير المدى الذى يعمل فيه الآخرون وفقـــاً لأهوائهم الشخصية، وإلى تقليل المدى الذى يعملون فيه للحفاظ على العلاقات مــع جماعات الرفاق والعمل على حفظ وتماسك الهوية الاجتماعية(٢٢).

و يرى وارين بريد وتوماس كتسـانيس Breed & Ktsanes أن هنـــاك ارتباطـاً بيـــن " توهم المعرفة " و" التحيز فى الاتجاهات Attitudinal Bias "، فكلمـــا كـــان الفرد متحيزاً فى اتجاهاته زادت درجة " توهم المعرفة " لديه، ويذهبان أيضاً إلـى أن " توهم المعرفة " يوجد فى الجماعات الكبيرة التى لا يوجد بها اتصال داخلي مباشر(٢٣).

<u>وسائل الإعلام كأحد أسباب حدوث " توهم المعرفة ":</u>

تؤكد إليزابيث نويل نيومان Noelle –Neumann (١٩٩١) على الدور الذى تقــوم به وسائل الإعلام فى خلق ظاهرة " توهم المعرفة " فمن وجهة نظرهـــا أن الاتجاهات والميول السياسية للإعلاميين، والتى هى،عادةً، إما ليبراليـــة أو يسارية، يتـم عكســها فى وسائل الإعلام، وهذه تشكل مناخـــاً لا يكشف عن التوزيــع الحقيقى للـــرأي فـــى المجتمــــع Mold a climate that doesn't reveal the actual distribution of opinion in society(٢٤).

وجهة النظر ذاتها سبق أن أشار إليها الباحثون أصحاب التوجه النقدى فى دراســة وسائل الإعلام Critical Approach to the Media ومنهم بيـــتر جولدنـــج Golding (١٩٨١)(٢٥)، وستيوارت هال Hall (١٩٨٢)(٢٦)، فمن وجهة نظرهمـــا أن هنـــاك تحيزات تحدث بصفة منتظمة Systematic Biases فى وسائل الإعلام، وهذه التحـيزات مبعثها الحدود واللوائـــح الروتينيـــة للمنظمـــة Organizational Constraints and Routines وكذلك الممارسات الوظيفية للإعلاميين، وهذه العوامل تؤدى دوراً ثنائيا:-

فمن ناحية: تعمل وسائل الإعلام على دعم وترسيخ النظــــام الاجتمــاعي القــائم والأعراف الاجتماعية الأساسية.

ومن ناحية أخرى: تبالغ وسائل الإعلام فى تقديم وإبراز ما هو خارج عن العرف (مثل الأحداث والجماعات ووجهات النظر التى تكون غير متوقعة، متطرفــة، مثــيرة للغضب..) وعلى سبيل المثال، فإن تركــيز وســائل الإعــلام علــى نشــاط بــارز " لجماعة أقلية " والمبالغة فى تغطية هذا النشاط قد يؤدى إلى تكوين مدركات متحــيزة لدى الأفراد، وعندما لا تكون اتجاهات الأفراد متبلورة تبلوراً كاملاً فإن هذه المفــاتيح Cues التى تقدمها وسائل الإعلام تصبح الأساس الذى تبنى عليه التوقعــات الخاطئــة التى تؤدى إلى حدوث " توهم المعرفة "(٢٧).

على أن دور وسائل الإعلام لا يكون قاصراً، فقط، على إحداث هــذه الظــاهرة وعلى تعميق وجودها فى المجتمع، فمن وجهة نظر كاتز Katz (١٩٩٥) أن وســائل الإعلام يمكن أن تلعب دوراً تنويرياً Enlightening عندما تكشف عن التوزيع الحقيقي للرأي فى المجتمع وأنها يمكن أن تكون عاملاً على كسر حدة ظهور "توهم المعرفــة" فى المجتمع أو على الأقل تثبيت الحالة الراهنة للظاهرة(٢٨).

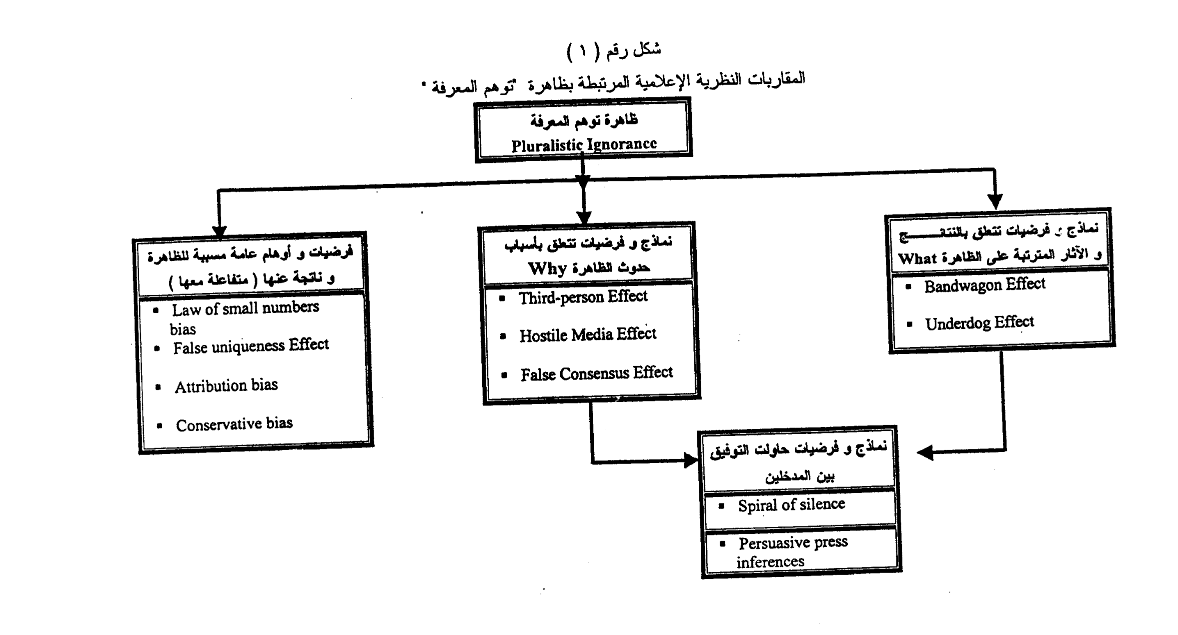
معنى ذلك، أن وسائل الإعلام يمكن أن تكون عاملاً على تعميق وجود الظــاهرة فى المجتمع عندما لا تعكس الواقع بدقة وعندما تقدم معلومات مشــوهة، وقــد تكــون عاملاً على كسر حدة ظهور الظاهرة وتلاشيها عندما تقوم بدورهــا التنويــري، وقــد تصبح عاملاً لتثبيت الظاهرة عندما تختلط فيها المعلومات الدقيقة والمعلومات المشوهة.

ثانيا: المقاربات النظرية الإعلامية المرتبطة بظاهرة "توهم المعرفة ":

من استقراء التراث العلمي المتعلق بظاهرة " توهم المعرفة " يمكن تصور العلاقة بين المقاربات والفرضيات الإعلامية المتعلقة بالظاهرة فى الشكل التالي:

شكل رقم (١)

المقاربات النظرية الإعلامية المرتبطة بظاهرة "توهم المعرفة"



ويمكن الإشارة إلى هذه المقاربات على النحو التالي:-

(١) المقاربات والنماذج والفرضيات المفسرة لكيفية حدوث الظاهرة:

أ- نظرية تأثرية الآخرين : Third Person Effect

تعود جذور نظرية "تأثرية الآخرين" إلى عالم الاجتماع الألماني فيليبس دافيســون Davison (١٩٨٣)[٢٩]، وينظر بعض الباحثين إلى هذه النظرية باعتبارهــا "منظــوراً مبتكراً وجديداً في دراسة الرأي العام"[٣٠]، كما يشير البعض إلى كون فروضها "جذابــة جداً"[٣١] وإلى كونها "مدخلاً رئيساً لقياس تأثيرات وسائل الإعلام"[٣٢].

وينص الفرض الأساس الأول لهذه النظرية على أن "الأفراد يبالغون فـــي تقييــم تأثير وسائل الإعلام على اتجاهات وسلوك الأفراد الآخرين، بحيث يعتقدون أن التــأثير الأكبر لوسائل الإعلام لن يكون عليّ (الشخص الأول) ولا عليك (الشــخص الثــاني) وإنما عليهم (الأشخاص الآخرين)[٣٣]. أما الفرض الأســاس الثــاني فيشــير إلــى أن الأفراد، نتيجةً لهذا الموقف الإدراكي، سوف يتخذون موقفاً ويقومون بفعل مــن شــأنه حماية الآخرين من التأثيرات الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام[٣٤].

ب- فرضية الاتفاق (الإجماع) الزائف : False Consensus Effect

توجد مصطلحات أخرى متعددة تشير إلى هذه الفرضية منها " فرضية الارتبــاط الوهمي (الخادع) Illusion Correlation "، و" فرضية التحيز الناتج عن مركـــزية الأنا Ego-Centric Bias، و" فرضية الإســقاط الذاتــي Disowning Projection "، و" فرضية الإدراك الانعكاسي (المرآوي) Looking – Glass Perception[٣٥]، وكلها تعبر عن ميل الأفراد إلى المبالغة في تقدير الدعم والمــؤازرة لســلوكهم ولقيمـــهم ولاتجاهاتهم، فالفرد يشعر أن الموقف الذي يتخذه يحظى بتأييد أكــبر مــن الآخريــن مقارنةً بالموقف المعارض، والأفراد الذين يمثلون الأقلية في موضوع ما قد يبـــالغون في تقدير نسبة من يشاركهم الرأي إلى حد الاعتقاد في كونهم الأغلبيـــة[٣٦]. ويذهــب بعض الباحثين إلى أن الأفراد يبالغون في تقدير اتفاق الآخرين معهم بــهدف الشــعور بالدعم الاجتماعي لموقفهم الأمر الذي يؤدي إلى دعم شعورهم بذواتهم enhance Self-Esteem[٣٧].

ج- فرضية النظرة العدائية تجاه وسائل الإعلام : Hostile Media Effect

و تشير هذه الفرضية إلى أن الأفراد يميلون إلى النظر إلى تغطية وسائل الإعــلام للقضايا الخلافية على أنها مضادة لوجهة نظرهم، فالأفراد المنحازون إلى رأى معيــن يجدون أن التغطية الإعلامية، مهما كانت درجة حيادها، متحيزة ومتعارضة مع وجهــة نظرهم، ويعتقدون أن هذه التغطية سيكون لها تأثير ملحوظ على آراء الآخرين(٣٨).

ففى دراســة أجراها روبرت فالــون، ولــى روس، ومــارك ليـــبر Vallan , Ross & Lepper (١٩٨٥) عرض الباحثون شريط فيديو عليه تغطية إخبارية محــايدة للصراع فى الشرق الأوسط وذلك علـــى مجموعتيــن مــن الطــلاب الفلســطينيين والإسرائيليين، وأظهرت الدراسة أن كل مجموعة قــد رأت أن التغطيــة الإعلاميــة متحيزة للطرف الأخر(٣٩).

(٢) فرضيات تتعلق بالنتائج المترتبة على الظاهرة :

أ- الانسياق وراء رأى الأغلبية : Bandwagen Effect

و يحدث هذا التأثير عندما يبدأ الأفراد فى محاباة ومناصرة الجانب الذى يعتقــدون أنه سيكون الجانب الفائز (المنتصر) فى قضية ما وذلك للاســتفادة مــن المكافــآت الاجتماعية Social Rewards الناتجة عن الوقوف بجانب المنتصر(٤٠).

ب- التحول عن رأى الأغلبية ومناصرة رأى الأقلية (مناصرة الخاسـر) Underdog Effect :

وهذه الفرضية مناقضة لسابقتها، حيث تشير إلى أن معرفة الأفراد باتجاه الـــرأى العام نحو قضية معينة يشجعهم على التفكير فى البراهين والحجـــج التـــى تصـــاحب الاتجاه السائد، وهذا التفكير قد يدفع الأفراد إلى اتخاذ الموقف النقيض لـــهذا الاتجـــاه، وقد يحدث ذلك بسبب تعاطف الأفراد مع الطرف الخاسر (اتجاه الأقلية) وإحساســـهم بسوء حظ هذا الطرف(٤١).

(٣) مقاربات نظرية حاولت الجمع بين الأسباب والنتائج :

أ- نموذج التوقعات (الاستنتاجات) المستمدة من وسائل الإعلام Persuasive Press Inferences:

يشير هذا النموذج إلى أنه فى القضايا التى تحظى باهتمام عام يتجه الأفراد نحـــو وسائل الإعلام ويكّونون من خلالها بعض الانطباعات عن هذه القضايا، ثم، فى خطـوة لاحقة، يستنتج الأفراد ويشيرون إلى أن تغطية وسائل الإعلام غير مشـــابهة للطريقـــة التى أدركوا بها الحدث (القضية) وذلك لان هذه التغطية مشوهة Slant، ولأن الأفراد يفترضون أن الآخرين سيتعرضون لهذه التغطية (قانون الأعداد الصغـــيرة) وأنـــهم سيتأثرون بها أكثر منهم (نظرية تأثرية الآخرين) لذا فإن مدركات الآخريـــن عـــن الحدث ستكون مشابهةً ومتوافقةً مع إطارها المتحيز Biased المقدمة به فـــى وســـائل الإعلام(٤٢).

ب- نظرية دوامة الصمت Spiral of Silence:

يقوم الفرض الرئيسى للنظرية على أن الأفراد نتيجة خوفهم من العزلة الاجتماعية فإنهم يلتمسون التعرف على مناخ الرأي العام فى محاولة للتوحد معـــه، وفـــى حالـــة اختلاف توجهات الرأي العام عن توجهاتهم فإنهم،عادةً، ما يخفـــون وجهـــة نظرهـــم ويؤثرون الصمت خوفاً من فرض العزلة الاجتماعية عليهم(٤٣).

وتشير إليزابيث نويل-نيومان Noelle-Neumann (١٩٩١) إلـــى أن الفرضيـــة السابقة تقوم على خمسة افتراضات فرعية:-

- المجتمع يهدد الأفراد المنحرفين عن سياقه العام Deviants بالعزلة.
- الأفراد يعايشون شعور الخوف من العزلة باستمرار.
- الشعور بالعزلة يجعل الأفراد يلتمسون، ويقيّـــمون، مناخ الرأي العـــام فـــى كـــل الأوقات.
- تؤثر نتيجة هذا التقييم على السلوك العلني للأفراد، خاصةً عندما يُطلب منهـــــم إعلان رأيهم بشان قضية جدلية.
- تعتبر العمليات الأربعة السابقة مسئولةً عن تشكيل الرأي العام وعن تغييره(٤٤).

(٤) فرضيات وأوهام عامة مسببة للظاهرة وناتجة عنها (متفاعلة معها):

أ- التحيز المبنى على قانون الأعداد القليلة Law of small numbers Bias:

تشير هذه الفرضية إلى أن الأفراد لديهم الرغبة فى وضع استنتاجات وأحكام قوية بناءً على كميات قليلة وغير كافية من البيانات، فمثلاً قد يعتقد الأفراد أن ما يتعرضون له من أخبار هو نفس ما يتعرض له الآخرون، ووفقاً لهذا القانون فإن الأفراد قد يكونون أحكاماً عن القضية العامة The General Case بناءً على خبراتهم الذاتية، حتى ولو كانت هذه الخبرة قاصرة أو محدودة(٤٥).

ب- التحيز المبنى على خطأ النسبة (التصنيف) Attribution Bias:

و يسمى أيضاً Actor - observer Bias، ويشير إلى أن الأفراد يميلون إلى إدراك الآخرين باعتبارهم يتصرفون وفقاً لخصائص مزاجية Dispositional Attributions أما تصرفات الأفراد أنفسهم فتأتى استجابةً لخصائص موقفية Situational Attributions (أنا اشرب الخمر لأن الخمر مهدئ، هم يشربون الخمر لأنهم يحبون طعمه)، (أنا أغش فى الإمتحان لأن الظروف تضطرنى لذلك، هم يغشون لأنهم مخادعون)(٤٦).

ج- تأثير الشعور بالتفرد الزائف False Uniqueness Effect :

ويعنى الميل إلى المبالغة فى إدراك وتقدير درجة الاختلاف وعدم التشابه بين الأنا والآخرين، وذلك بسبب حاجة الأنا إلى الشعور بالتفوق Superiority والتفرد Uniqueness(٤٧).

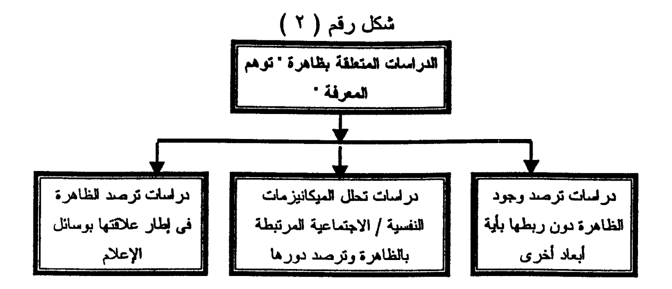
د- وهم تحفظ الآخرين Conservative Bias:

و يعنى ميل الأفراد إلى رؤية أنفسهم أكثر تحرراً وإلى رؤية الآخرين أكثر تحفظاً ومحافظةً وذلك عندما يعلنون آراءهم(٤٨).

ثالثاً: الدراسات السابقة المرتبطة بظاهرة توهم المعرفة:

يمكن تقسيم الدراسات المتعلقة بظاهرة " توهم المعرفة " إلى ثلاث مجموعات وذلك على النحو التالى:-

شكل رقم (٢)



١- *الدراسات التى ترصد وجود الظاهرة:*

(أ) دراسة وارين بريد وتوماس كتســانيس Breed & Ktsanes (١٩٦١): وتتعلـق بقضية التمييز والتفرقة العنصرية Segregation ضد الزنوج، تم تطبيقـها علـى عينة من المسيحيين البروتستانت (ن = ٢٢٤) وتم ملء البيانات بريدياً .وخلصـت إلى أنه عندما يتبلور الرأي العام فى نظام اجتماعي معين تقـل درجـة " توهـم المعرفة " لدى أفراد هذا النظام، ويميل الرأي العام إلى أن يصبح متحفظاً[٤٩].

(ب) دراسة دانيال آيزنبرج Isenberg (١٩٨٠): عن مستويات تحليل ظاهرة "توهـم المعرفة" **Levels of Analysis of Pluralistic Ignorance Phenomenon** وتـم تطبيقهـا على عينـــة من الطلاب الأمريكيـن والإسـرائيليين (ن= ٢٣٣) وخلصت إلى أن ظاهرة " توهم المعرفة " تختلف باختلاف السياق الثقـافي الـذى تنشأ فيه الظاهرة، وإنها قد ترجع إلى بعــض التحـيزات والأخطـاء المعرفيـة **Certain Cognitive Biases**[٥٠].

(ج) دراسة جين كارول جلين Carroll Glynn (١٩٨٣): وتهـدف إلـى تحليـل معتقدات الأفراد عن الآراء التى يحملها الآخرون فى نفس الجماعة، وتم تطبيقـها على عينة من البالغين فى مدينتي ماديسون وويسكنسن **Madison & Wisconsin** (ن = ٢٩٧) وخلصت إلى وجود ظاهرة " توهم المعرفة " لدى عينة الدراسـة، وأشارت إلى أن الاختلاف بين رأى الفرد **Stated Opinion** ومدركاته عـن آراء

الآخرين Perceptions of other's opinions يختلف من شخص لأخر ومن قضية لأخرى(٥١).

(د) دراسة ويندى ويللتس Willits (١٩٨٦): وتهدف إلى التعرف على مدى وجود ظاهرة " توهم المعرفة " فى مدركات الأفراد عن قضية الصـــراع بيــن الأبـــاء والأبناء Parent-Youth conflict، وتم تطبيقها على عينة مـــن طـــلاب جامعـــة بنسلفانيا، وكشفت عن وجود الظاهرة لدى الطلاب فيما يتعلق بهذه القضية حيـــث يرى الطلاب أن الآخرين يعانون من قدر كبير من الصراع مع الأباء أكثر ممـــا يعتقدون أنهم يعانونه مع أسرهم(٥٢).

(هـ) دراسة ديل ميللر وكاتى ماكفارلاند Miller & Mcfarland (١٩٨٧):

و خلصت إلى أن الأفراد يعتقدون أن لديهم من الخصائص الكافية للحكم الصحيـــح على الأشياء أكثر مما يمتلكه الآخرون، وأنهم يعتقدون أن الخوف من الإحـــراج يؤثر على سلوكهم أكثر مما يؤثر على سلوك الآخرين(٥٣).

(و) دراسة آن مارى ماجور وأروين أتوود Major & Atwood (١٩٨٨): وهى عن ظاهرة " توهم المعرفة " فى مجال القضايا السياسية وتم تطبيقها على عينـــة مـــن سكان هونج كونج (ن= ٦٢٤)، حيث تم سؤالهم عن معتقداتهم بشـــأن الاتفاقيـــة الموقعة بين بريطانيا والصين بشأن عودة هونج كونج إلى السيادة الصينية بحلـــول عام ١٩٩٧ وخلصت الدراسة إلى وجود ظاهرة توهم المعرفة فيما يتعلـــق بـــهذه القضية(٥٤).

(ز) دراسة ديبورا برنتيش وديل ميللر Prentice & Miller (١٩٩٣) :وتهدف إلـــى رصد وجود الظاهرة فيما يتعلق بتعاطى المواد الكحولية فى الحرم الجامعي، وتـــم تطبيقها على عينة من الطلاب فى الجامعات الأمريكية، وخلصـــت إلـــى وجـــود الظاهرة، حيث أشار الطلاب إلى أنهم أقل ارتياحـــاً more uncomfortable مـــع سلوكيات تعاطى المواد الكحولية فى الجامعة مقارنةً بالطلاب الآخرين(٥٥).

(ح) وفى دراسة أخرى للباحثين نفسيهما (١٩٩٣): خلص الباحثان إلى أن ظـــاهرة " توهم المعرفة " ترجع إلى المدركات الخاطئة التى يكونها الأفراد عـــن التـــأثير

النسبي للدوافع الإنسانية على تصرفاتهم وعلـى تصرفـات الآخريـن وأن هـذه المدركات الخاطئة تؤدى إلى الشعور الزائف بالاختلاف لدى الأفراد[٥٦] Illusory Feelings of deviance.

(ط) دراسة آن مارى ماجور Major (١٩٩٧): وتم تطبيقها على عينة مـن سـكان منطقة New Madrid Seismic فى الولايات المتحـدة (ن=٦٢٩) وذلـك عـن معتقدات السكان بشأن زلزال من المتوقع حدوثه فى وسط الولايـات المتحـدة، وأظهرت الدراسة أن هناك وجوداً للظاهرة فيما يتعلق بهذا الموضوع، وأن قـوة وجود الظاهرة يحكمـها عاملان: الأول هو مدى اعتقاد الأفراد فـى حـدوث الزلزال Believability والثاني هو إدراك الأفراد لمدى أهميـة الحـدث (قـوة الزلزال) Importance[٥٧].

(ى) دراسة جاكوب شامير ومايكل شامير Shamir & Shamir (١٩٩٧): وتهدف إلى اختبار وجود الظاهرة فى عدد من المجالات السياسية والدينيـة والثقافيـة وذلـك بالتطبيق على ٢٤ قضية تشغل الرأي العام الإسرائيلي (على سبيل المثال: قضايا متعلقة بالصراع العربي – الإسرائيلي مثل الأرض مقابل السلام، التفـاوض مـع المنظمة، إرجاع الجولان إلى سوريا، وقضايا دينية مثل لعب كـرة القـدم يـوم السبت...) وبلغ حجـم العينة ٨٠٨ إسرائيلي، وخلصت الدراسـة إلـى أن قلـة المعلومات حول قضية ما يقلل من درجة وضوحها (بروزها) Visibility ومـن ثمّ يحدث بشأنها " توهم المعرفة " وهو ما حدث فى القضايا موضع الدراسة[٥٨].

(ك) دراسة أنيجو أو جارتى وآخرين Ugarte (١٩٩٨): وتـم تطبيقـها علـى ١١٨ إسبانياً تتراوح أعمارهم بين ١٤-٥٦ عاماً وذلك حـول اتجاهاتـهم الشـخصية ومعتقداتهم عن اتجاهات الآخرين فيما يتعلق بالغجر Gypsies فى أقليـم الباسـك بإسبانيا. وخلصت الدراسة إلى وجود الظاهرة فيما يتعلق بهذه القضية حيث يـرى أفراد العينة أنهم أكثر تسامحاً مع الغجر مقارنة بالآخرين[٥٩].

(ل) دراسة أندرو هاييس وآخرين Hayes (٢٠٠١) :وتم تطبيقـها علـى مرحلتيـن الأولى (ن= ١٧٨) والثانية (ن=٥٧) وذلك على قضايا مثل اتجاهات الأفـراد نحو السماح بالإجهاض فى الشهور الأولى للحمل، تحليل الدم لاكتشاف الإيـدز

والكبد الوبائي قبل الالتحاق بالجامعة، وضع قيود على بعض المضـــامين علــى شبكة الإنترنت، وخلصت الدراسة فى مرحلتيها إلى وجود الظاهرة فى مثل هـــذه القضايا(١٠).

٢- الدراسات التى تحلل الميكانزمات النفسية / الاجتماعية المرتبطة بالظاهرة:

(أ) دراسة ليندا بيرلوف وفيليب بريكمان Perloff & Brickman (١٩٨٢):

وأخضعت للتحليل بعض التحـيزات والأخطـاء الإدراكيـة التـى تـؤدى إلـى إدراك التشابه **Biases of perceptions of similarity** ومنــها:

- وهم الإجماع (الاتفاق) الزائف **False consensus**
- وهم التفــرد **False uniqueness**

وخلصت الدراسة إلى وجود ارتباط بين هذه الميكانيزمات والعمليات النفسية مـــن ناحية وظاهرة توهم المعرفة من ناحية أخرى(١١).

(ب) دراسة جارث تايلور Taylor (١٩٨٢): وهدفت إلى رصد وتحليل العلاقة بيـــن ظاهرة " توهم المعرفة "و" دوامة الصمت "، وتم تطبيق الدراســة علــى عينــة مكونة من ٥٠٠ مفردة تم سؤالهم عن توزيع الرأي العــام بشأن ثــلاث قضايــا بيئية، وخلصت الدراسة إلى أن هناك تفاعلاً بين الظاهرتين " توهم المعرفــة "، " دوامة الصمت "(١٢).

(ج) دراسة ياسين لاشين (١٩٨٤): وهدفت إلى التوصل إلى نظرية متكاملة للــرأي العام وذلك باختبار فروض نظرية دوامــــة الصمت والافتراضات المتعلقــــة بتوهم المعرفــة، وهم الاتفــاق الزائف وذلك على عينة مكونة من ٣٩١ مفــردة، وخلصت الدراسة إلى أن عملية تكوين الرأي العام ليست بالبساطة التـى تقدمــها نظرية دوامة الصمت وأن هناك متغيرات عديدة تتفاعل مع بعضها لتشكيل الرأي العام، وأن النظرية لا تثبت فى كل القضايا تحت كل الظروف(١٣).

(د) دراسة برين مولين وآخرين Mullen (١٩٨٥): وهى دراسة تحليلية من المستوى الثاني **Meta analysis** لــ ١١٥ اختباراً لفــروض تــم إجراؤهــا علــى فكــرة " الإجماع (الاتفاق) الزائف "، وخلصت الدراسة إلى وجــود دلالــة إحصائيــة

مرتفعة لوجود الفكرة، وأن هناك تجانساً وتناسقاً بين النتائج لاسيما فـــى علاقتـــها بتوهم المعرفة[٦٤].

(هـ) دراسة كارول جليـــن ورونـــالد اوســتمان Glynn & Ostman (١٩٨٨): وأخضعت للتحليل الافتراضات المتعلقة بالتأثيرات غير الشـخصية Impersonal Impact Hypotheses وتأثرية الآخرين Third Person Effect، وتـــم تطبيـــق الدراسة على عينة قوامها ٢٨٥ مفردة، وخلصت إلى أن هناك اعتقاداً لدى الأفراد بأن الآخرين أكثر عرضة للتأثر مقارنةً بهم وأكثر عرضة للانسياق وراء الـــرأي العام منهم[٦٥].

(و) دراسة ادوارد كيوليتى Qulity (١٩٩٠): و هدفت إلى ربط ظـــاهرة تعـــاطى المواد الكحولية ببعض الأبعاد النفســـية والاجتماعيـــة مثـــل الشـــعور بـــالعجز Helplessness، واختبرت علاقة " توهم المعرفة " بوهم " التفرد الزائـــف False Uniqueness "، وأشارت النتائج إلى أن الأفراد ينسبون لأنفسهم دوافع لتعـــاطى المواد الكحولية لا ينسبونها للآخرين وذلك بسبب شعورهم بالتفرد[٦٦].

(ز) دراسة تامارا كاى بالدوين Baldwin (١٩٩١): و أخضعت للتحليل الفـــروض المتعلقة بـــ " تأثرية الآخرين " و" الإجماع (الاتفاق) الزائف " وخلصت إلـــى أن ٦٠ % من عينة الدراسة لديهم وهم الإجماع الزائف، وأنهم يشعرون أن الآخريـــن أكثر قابلية للتأثر مقارنةً بهم، وبصفة عامة فإن هناك علاقة بين " توهم المعرفـــة " و" تأثرية الآخرين" و "الإجماع الزائف" [٦٧].

(ح) دراسة جاكوب شامير Shamir (١٩٩٣): و اختبرت ظاهرة " توهم المعرفـــة " فى علاقتها بوهم " الإجماع الزائف " والميل إلى المحافظة Conservative Bias فى مقابل الميل إلى التحرر Liberal Bias، وخلصت الدراسة إلـــى أن ظـــاهرة " توهم المعرفة " لا توجد فى كل القضايا، وأن هناك العديد من الميكانزمات النفسية / الاجتماعية التى تعمل مستقلة عن الظاهرة[٦٨].

٣- الدراسات التي ترصد الظاهرة في إطار علاقتها بوسائل الإعلام:

(أ) دراسة يونج سون بارك Park (١٩٨٥) :وتهدف إلى اختبار دور المتغــيرات الاتصالية في تكوين العلاقة بين " رأى الفرد الشــخصي " وإدراكــه عــن رأى الأغلبية حول قضية معينة، كما تهدف إلى التعرف على دور وسائل الإعلام فـــي تكوين الآراء الدقيقة لدى الأفراد، وخلصت الدراسة إلى أن طبيعة العلاقـــة بيــن إدراك الرأي الشخصي وإدراك رأى الآخرين تتوقف على عوامل مختلفـــة منـــها طبيعة القضية، مدة التغطية الإعلامية للقضية، طريقة معالجة وســـائل الإعـــلام للقضية(٦٩).

(ب) دراسة وليام ايفلاند وآخريــن Eveland (١٩٩٥) :وتـــهدف إلـــى قيـــاس اتجاهات الجمهور نحو حرب الخليج الثانية ودور وسائل الإعلام في تكوين هـــذه الاتجاهات، وتم تطبيق الدراسة على عينة مـــن ســـكان New Castle County (ن = ٢٩٢)، وخلصت إلى أن مدركات الجمهور والرأي العـــام عـــن حـــرب الخليج لم تكن دقيقةً وكانت متحيزةً تجاه تأييد الحـرب، وأن التغطيـــة الإخباريـــة للحرب قد أثرت على مدركات الرأي العام تجاهها وتسببت التغطية في ظـــهور " توهم المعرفة " إذ كان إدراك الأفراد لمدى تأييد الآخرين للحرب أكبر مما كـــان موجوداً في الواقع(٧٠).

(ج) دراسة آن سوك كيم Kim (١٩٩٦) :وتهدف إلـــى قيـــاس تـــأثير الســـلوك الاتصالي Communication Behavior للفرد وتـــأثير وســـائل الإعـــلام علـــى اتجاهات الأفراد نحو بعض القضايا البيئية، وأشارت إلـــى أن المبحوثيـــن الذيـــن أدركوا بدقة أراء الآخرين واعتبروهـــا مطابقـــــة لآرائهم " Looking –glass majority consensus " كانوا أقل احتمالاً لمشاهدة التليفزيون واستماعاً للراديـــو فيما يتعلق بالمواد البيئية، ولكنهم كانوا أكثر استخداماً للاتصال الشخصي، ولـــم تثبت الدراسة الفرض القائل أن المبحوثين الذين قدروا بصورة غير دقيقة أهميـــة القضايا البيئية بالنسبة للآخرين أشاروا إلى أن لوسائل الإعلام تأثيراً كبيراً علـــى الآخرين مقارنة بهم(٧١).

(د) دراسة ألبرت جانثر Gunther (١٩٩٨) :وتـــهدف إلـــى اختبـــــار نمـــوذج " الاستنتاجـــات المســـتمدة مـــن وسائـــــل الإعـــلام The Persuasive Press Influences "، وخلصت إلى صحة الفرض القائل بأن الأفراد يميلون إلى تقدير اتجاهات الرأي العام بناء على قراءتهم لاتجاهات التغطية الإعلاميـــــة وأن هـــذه القراءة تؤثر على اتجاهاتهم الشخصية، وتشير الدراسة إلى أنه على الرغـــم مـــن احتمالية أن يعتمد الأفراد فى بناء أحكامهم عن توجهات الرأي العام على مصـــادر عدة، فإن وسائل الإعلام لها دور كبير فى معظم الحالات التى تمت دراستها(٧٢).

(هـــ) دراسة ألبرت جانثر وستيلا تشياه Gunther & Chia (٢٠٠١): وتهدف إلـــى اختبار فرضية " التغطية المتحيزة لوسائل الإعلام Hostile Mediaوتأثيرها علـــى ظاهرة "توهم المعرفة"، وذلك بالتطبيق على قضية خلافية وهى استخدام الحيوانات الأولية Primates فى التجارب المعملية، وافترض الباحثان أن الأفراد على جانبي القضية سوف يجدون أن التغطية الإخبارية غير متوافقة نسبياً مع وجهة نظرهـــم، وبسبب إدراك تحيز الوسائل الإعلامية Media Slant فإن الأفراد سيتجهون إلـــى تكوين اتجاهات عكسية، وقد أثبتت نتائج الدراسة هذا الفرض(٧٣).

المبحث الرابع

الجانب التطبيقى للدراســـة

أولا: الإجراءات المنهجية للدراسة:

*** فروض الدراسة:**

تقوم الدراسة على اختبار ستة فروض هى:

(١) توجد فروق ذات دلالـــة إحصائيـــة بيـــن درجـــة تـــأييد (أو معارضــــة) الفــــرد (للقضايا محل التطبيق) ودرجة تأييد (أو معارضة) الآخرين (لهذه القضايا) كمـــا يدركها هذا الفرد (**فرضية توهم المعرفة**).

(٢) توجد علاقة ارتباطيه إيجابية بيـــن حجـــم تعـــرض الأفـــراد لوســـائل الإعـــلام (التليفزيون – الصحف) ودرجة " توهم المعرفة " لديهم. (**فرضية تـــأثير وســـائل الإعلام**).

(٣) توجد علاقة ارتباطيه إيجابية بين درجة " توهم المعرفة " لـــدى الفـــرد ودرجـــة اعتقاده فى كون رأيه يمثل رأى الأغلبية. (**فرضية وهم الإجماع الزائف**).

(٤) توجد علاقة ارتباطيه إيجابية بين درجة " توهم المعرفة " لـــدى الفـــرد ودرجـــة اعتقاده فى التغطية المتحيزة لوسائل الإعلام. (**فرضية الاعتقـــاد فـــى التغطيـــة المتحيزة**)

(٥) تختلف درجة "توهم المعرفة" لدى الفرد باختلاف:

أ – درجة اعتقاده فى تأثير الرأي العام على الذات

ب– درجة اعتقاده فى تأثير الرأي العام على الآخرين

ج– درجة تقييم الذات لدى الفرد

د– درجة اعتقاده فى جدارة الناس بالثقة

هـ–درجة اعتقاده فى مستوى الإخلاص / الولاء لدى الناس

و–درجة اعتقاده فى مستوى الاستقلالية لدى الناس.

(**العوامل النفسية / الاجتماعية المؤثرة فى الظاهرة**)

(٦) تختلف درجة " توهم المعرفة " لدى الفرد باختلاف:

– النـــوع   – مكان الإقامة (ريف – حضر)

– الســـن

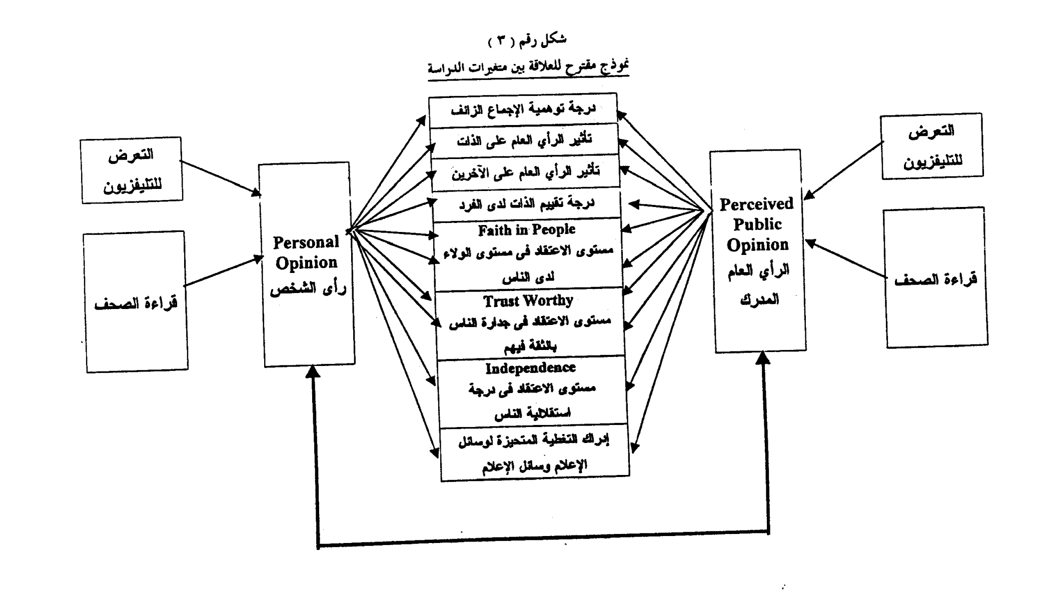
*** متغيرات الدراسة :**

جدول رقم (١) متغيرات الدراسة

الفرض	المتغير المستقل	المتغير الوسيط	المتغير التابع
الأول	درجة تأييد أو معارضة الفرد للقضية موضع التطبيق(M ١)	درجة توهم المعرفة = M ١ - M ٢	درجة تأييد أو معارضة الآخرين للقضية موضع التطبيق كما يدركها الفرد (M ٢)
الثاني	حجم التعرض لوسائل الإعلام	-	درجة توهم المعرفة
الثالث	درجة توهم المعرفة	-	وهم الإجماع الزائف
الرابع	درجة توهم المعرفة	-	إدراك التغطية المتحيزة لوسائل الإعلام
الخامس	- درجة اعتقاد الفرد فى تأثير الرأي العام على الذات - درجة اعتقاد الفرد فى تأثير الرأي العام على الآخرين -درجة تقييم الذات لدى الفرد - درجة اعتقاد الفرد فى جدارة الناس بالثقة -درجة اعتقاد الفرد فى مستوى الإخلاص / الولاء لدى الناس -درجة اعتقاد الفرد فى مستوى الاستقلالية لدى الناس	- - - - - -	درجة توهم المعرفة
السادس	-النوع -السن -مكان الإقامة	- - -	درجة توهم المعرفة

شكل رقم (٣)

نموذج مقترح للعلاقة بين متغيرات الدراسة



• منهجية قياس متغيرات الدراسة:

١- المتغيرات الاتصالية:

(أ) مقياس حجم التعرض للتليفزيون:

- هو مقياس تجميعي يتكون من أربعة أســئلة (مغلقــة) تتنــاول مــدى التعــرض للتليفزيون المصري، وعدد ساعات التعرض اليومي، ومدى مشاهدة برامج الـرأي والحوار فيه وأنماط مشاهدة هذه البرامج.
- يبلغ مجموعات درجات المقياس ٣٦ درجة

تم تقسيم المبحوثين وفقاً لدرجاتهم على المقياس على النحو التالي:-

- أقل من ١٢ درجة (معدل تعرض منخفض)
- ١٢- ٢٤ (معدل تعرض متوسط)
- ٢٤ فأكثر (معدل تعرض مرتفــع)

(ب) مقياس معدل قراءة الصحف:

- هو مقياس تجميعي أيضاً يتكون من ثلاثة أسئلة، يقيـــس الأول معــدل القــراءة الأسبوعي للصحف، يقيس الثاني عدد الصحف التى يقرأها الفرد يوميــاً، ويقيــس الثالث طبيعة المواد التى يحرص على قراءتها.
- يبلغ مجموعات درجات المقياس ٣٠ درجة

تم تقسيم المبحوثين وفقاً لدرجاتهم على المقياس على النحو التالى:-

- أقل من ١٠ درجات (معدل قراءة منخفض)
- ١٠- ٢٠ (معدل قراءةمتوسط)
- ٢٠ فأكثر (معدل قراءةمرتفــع)

٢- المتغيرات النفسية / الاجتماعية:

(أ) مقياس تقييم الذات Self-Esteem:

- استخدم الباحث نسخة مختصرة للمقياس الذى وضعه كوبر سميث Coppersmith (١٩٦٧)[٧٤]، ومن عبارات هذا المقياس:-

- أجد صعوبة شديدة فى التحدث أمام الآخرين
- أشعر بأني شخص، محبوب ولى شعبية بين زملائي
- أشعر بالإحباط فى كثير مما أعمل
- يحترم معظم المحيطين بى أفكاري التى أبديها لهم
- يبلغ مجموعات درجات المقياس ١٢ درجة

تم تقسيم المبحوثين وفقاً لدرجاتهم على المقياس على النحو التالى:-

- أقل من ٤ درجات (مستوى تقييم ذات منخفض)
- ٤- ٨ (مستوى تقييــم ذات متوسط)
- ٨ فأكثر (مستوى تقييم ذات مرتفـــع)

(ب) مقياس جدارة الناس بالثقة Trustworthiness:

- هو بعد من مقياس (PHN) Philosophy of Human Nature الـــذى وضعـــه رايتسمان Wrightsman (١٩٦٤)[٧٥] ومن عبارات هذا البعد:-
- معظم الناس يقولون الحقيقة دائماً حتى ولو كان فى الكذب مصلحتهم.
- سيتلاعب معظم الناس فى إقراراتهم الضريبية لـــو ضمنـــوا أن هـــذا التلاعـــب لن ينكشف.
- لو تعاملت مع الناس بحسن نية فسوف يعاملونك بالمثل.
- معظم الناس لا يؤدون الأمانة حباً فيها ولكن خوفاً من الفضيحة فى حالة اكتشـــاف خيانتهم.
- يبلغ مجموعات درجات المقياس ٢٠ درجة

تم تقسيم المبحوثين وفقاً لدرجاتهم على المقياس على النحو التالى:-

- أقل من ٧ درجات (درجة ثقة منخفضة)
- ٧- ١٤ (درجة ثقة متوسطة)
- ١٤ فأكثر (درجة ثقة مرتفـــعة)

(ج) مقياس مستوى استقلالية الأفراد: Independence

- هو بعد من مقياس (PHN) أيضـــاً الـــذى وضعـــه رايتســـمان Wrightsman (١٩٦٤)[٧٦] ومن عبارات هذا البعد:-
- لكى تصبح ناجحاً فى هذه الأيام، ليس من المهم أن تعمل بجد ولكـــن أن تعـــرف كيف توفق أوضاعك مع الآخرين.
- لن يعبّر الإنسان العادى (البسيط) عن رأيه الحقيقي إلا نادراً لو اعتقد أن الآخريـــن يعارضون هذا الرأي.
- الشخص الذى لديه أفكار جديدة ومبتكرة ومختلفة عن أفكار الآخرين محترم فـــى بلادنا.
- قد يغير معظم الأفراد آراءهم المعلنة لو تعرضوا لنقد لـــها ولكنـــهم لا يغـــيرون قناعتهم الشخصية.
- يبلغ مجموعات درجات المقياس ٢٠ درجة، تم تقسيم المبحوثين عليها على النحـو المبين فى المقياس السابق.

(د) مقياس مستوى الإخلاص / الولاء لدى الناس: Faith in People

- تم استخدام المقياس الذى وضعه روزنبرج Rosenberg (١٩٥٧)[٧٧] ويتكون هذا البعد من خمس عبارات منها:-
- معظم الناس لا يهتمون إلا بأنفسهم.
- إذا لم يكن الإنسان يقظاً فسوف يستغله الآخرون.
- الناس بطبيعتهم متعاونون (الناس متعاونون بالفطرة).
- معظم الناس لا يمكن الثقة بهم.
- يبلغ مجموعات درجات المقياس ٢٠ درجة، تم تقسيم المبحوثين عليها على النحـو المبين فى المقاييس السابقة.

<u>**٣- مقاييس متعلقة بمدركات الأفراد عن الرأى العام:**</u>

- وهما مقياسان وضعهماكارول جليـــن ورونـــالد اوســـتمان Glynn & Ostman (١٩٨٨) [٧٨] وطبقاهما فى دراستهما.

(أ) مقياس إدراك تأثير الرأي العام على الذات:

ومن عبارات هذا المقياس:-

- نتائج استطلاعات الرأي قليلة الأهمية بالنسبة لى وذلك عندما أكون رأيـــاً بشـــأن معظم القضايا.
- يمكننى أن أبدى اعتراضي وأن اختلــف مع أي شخص حتى ولو كان مسئـــــولاً كبيـــراً.
- لو اعتقدت أن الآخرين لديهم آراء مختلفة عن آرائى فى كثيرٍ من القضايا التـــى أعتقد فى أهميتها بالنسبة لى فإنه من المحتمل ألا أعلن آرائي هـــذه وألا أصـــرح بها لهم.

(ب) مقياس إدراك تأثير الرأي العام على الآخرين:

ومن عبارات هذا المقياس:-

- فى أحيان كثيرة يقول الأفراد أشياءً لا يعتقدون فيها لعلمهم أنها ستلقى قبولاً مـــن الآخرين.
- يغير الأفراد،عادةً، ما يقولون لو كان الآخرون الموجـــودون معهم فـــى نفـــس المكـــان يعتقدون خلاف ذلك.
- معظم الناس يقولون ما يعتقدون فيه بغض النظر عن وجهة نظر الآخرين.
- تم تطبيق الإجراءات المتعلقة بتقسيم المبحوثين والتى تم استخدامها فيما سبق مـــن مقاييس على هذين المقياسين أيضاً.

<u>٤- مقياس توهم المعرفة:</u>

تم تطبيق الدراسة على ثلاث قضايا (منح الجنسية المصرية لأبنـــاء المصريـــات المتزوجات بأجانب، إحياء اتفاقية الدفاع العربي، تدريس الثقافة الجنسية فى المـدارس) واتبع فى قياس مستوى توهم المعرفة فى كل قضية الإجراءات ذاتها التى اتبعت فـــى القضيتين الأخريين وذلك على النحو التالى:-

- سؤال يتم الإجابة عنه بطريقة ليكرت الخماسية التى تبدأ من موافق جداً (خمـــس درجات)،و تنتهى بمعـــارض جداً (درجة واحـــــدة) ويتعلـــق باتجاهـــات

الفــرد تجـــاه القضيـــة أو الاقتراح المطروح.

- سؤال يتم الإجابة عنه بطريقة ليكرت الخماسية أيضاً ويتعلـــق بـــإدراك الأفـــراد لاتجاهات الآخرين تجاه القضية أو الاقتراح المطروح.
- يمثل حاصل طرح درجات السؤال الأول والسؤال الثاني قيمة " توهم المعرفـــة " وكلما زاد هذا الفارق بين الإجابتين زاد مستوى " توهم المعرفة لدى الأفراد ".

٥- مقياس التغطية المتحيزة لوسائل الإعلام:

- سؤال يقيس فرضية "عدوانية وسائل الإعلام" **Media Slant - Hostile Media**"، ويتكون من ســـؤال مباشر على النحو التالى:-
- هل عكست وسائل الإعلام المصرية وجهة نظرك هذه أم عكست وجهة النظـــــر المعاكسة؟
- عكست وجهة نظري   - عكست وجهة النظر المعارضة
- عكست وجهتي النظر بحياد وتوازن

٦- مقياس " وهم الإجماع (الاتفاق) الزائف False Consensus":

و يتكون من سؤالين هما:-

- من وجهة نظرك: أيهما أكثر فى المجتمع المصري:
- المؤيدون لهذا الموضوع (الاقتراح)   • المعارضون لهذا الموضوع (الاقتراح)
- لو تم إجراء استطلاع للرأي فى هذه الأيام، فكم هى نسبة المصريين - من وجهـــة نظرك - الذين سيؤيدون هذا الاقتراح؟ (........ %).

• منهج الدراسة:

تم الاعتماد على منهج المسح **Survey Method** وعلى أسلوب المسح بالعينة، وتم استخدام استمارة الاستبيان المقننة كأداة لجمع البيانات(*). وتم ملؤها مع المبحوثين من

(*) لقياس صدق الاستمارة تم عرضها قبل تطبيقها على عدد من المحكمين هم :-
أ.د. سامى عبد العزيز رئيس قسم العلاقات العامة والإعلان كلية الإعلام جامعة القـــاهرة / .
د. نائلة عمارة أستاذ مساعد بقسم الإعلام بكلية الآداب جامعة حلـــوان..../ د. إيمـــان جمعـــة أستاذ مساعد بكلية الإعلام جامعة القاهرة .
ولقياس الثبات تم إعادة التطبيق على ١٠% من العينة (داخل محافظات القاهرة الكبرى فقـــط) بعد شهر من التطبيق ، وكانت درجة الثبات هى ٠,٩٦ وهى درجة ثبات عالية .

خلال المقابلة الشخصية.

• عينة الدراسة:

- **حجم العينة:** تم تطبيق الدراسة على عينة مكونة من ٣٧٥ مفردة.
- **نوع العينة:** هى عينة احتمالية، تم سحب مفرداتها بطريقة العينة العنقودية Cluster Sample
- **المجال الجغرافي للعينة:** تم سحب مفردات العينة بالتساوي من خمس محافظات هـى: (القاهرة،الجيزة، القليوبية، الشرقية، أسيوط)
- **المجال الزمني لجمع البيانات:** تم تطبيق الدراسة فى المحافظات الخمس بطريقة متوازيـة، وذلك خلال شهر يونيو ٢٠٠٢ م. (*).

• طريقة اختيار مفردات العينة:

(أ) القاهرة:

-تم تقسيم إحياء القاهرة إلى ثلاث فئات:

-إحياء راقية

-إحياء متوسطة

-إحياء منخفضة

- من كل فئة تم اختيار " أحد الأحياء " منها بطريقة عشوائية (تمت كتابـة أسـماء الأحياء علَى ورق تم طيه ووضعه فى سلة) وأسفر الاختيار عن ثلاثـة إحيـاء هى:- الزمالك، حدائق القبة،شبرا.
- داخل كل حى من الأحياء الثلاثة تم اختيار شارع رئيسي فيها بطريقة عشـوائية، وأسفر ذلك عن اختيار ثلاثة شوارع هى:- شارع محمد مظهر بالزمالك، شـارع مصر والسودان بحدائق القبة، شارع شبرا بشبرا.
- داخل كل شارع تم اختيار رقم عشوائي للبداية (رقم ٣) وذلك بالنسبة للعمـارات السكنية، (٣،٦،٩،١٢، .....) وكذلك بالنسبة للشقق داخل كل عمارة.

(*) ساعد الباحث فى ملء بيانات الدراسة وفى إدخال البيانات إلى الحاسب الآلى عشرة باحثين مـن خريجى كلية الإعلام – جامعة القاهرة وينتمون إلى المحافظات التى تم التطبيق عليها .

(ب) بقية المحافظات :

– من كل محافظة تم اختيار " مركز " بطريقة عشوائية (يتكون المركز مـــن مدينـــة رئيسية وعدة قرى مجاورة)، وداخل كل مدينة تم اختيار الشارع الرئيسي فيـــها، أمـــا القرى فتم اختيار إحداها بطريقة عشوائية وتم التطبيق على المتعلمين (الحاصلين علـــى شهادة متوسطةعلى الأقل) فيها بطريقة عمدية وذلك لصعوبة إخضاع ذلك للعشـــوائية لقلة عدد المفردات فى كل قرية.

• خصائص عينة *الدراسة*:

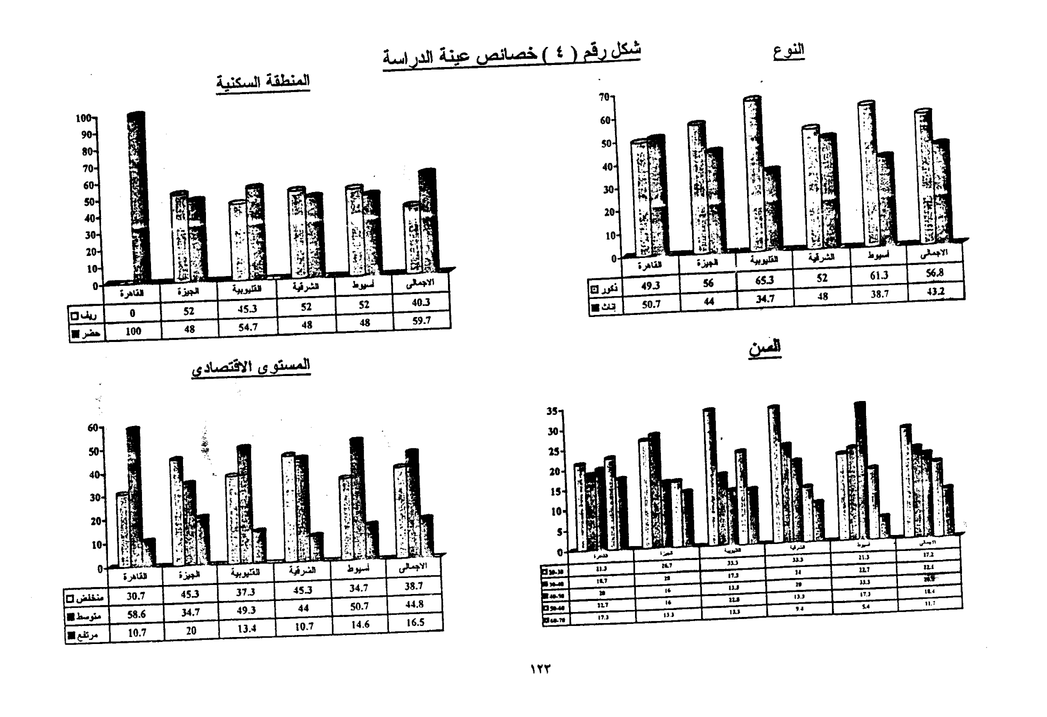
يوضح الجدول رقم (٢) خصائص عينة الدراسة.

جدول رقم (٢)

خصائص عينة الدراسة

المحافظات		القاهرة ن=٧٥		الجيزة ن=٧٥		القليوبية ن=٧٥		الشرقية ن=٧٥		أسيوط ن=٧٥		الإجمالي ن=٣٧٥	
المتغيرات		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
• النوع:	ذكور	٣٧	٤٩,٣	٤٢	٥٦	٤٩	٦٥,٣	٣٩	٥٢	٤٦	٦١,٣	٢١٣	٥٦,٨
	إناث	٣٨	٥٠,٧	٣٣	٤٤	٢٦	٣٤,٧	٣٦	٤٨	٢٩	٣٨,٧	١٦٢	٤٣,٢
• المنطقة السكنية:	ريف	–	–	٣٩	٥٢	٣٤	٤٥,٣	٣٩	٥٢	٣٩	٥٢	١٥١	٤٠,٣
	حضر	٧٥	١٠٠	٣٦	٤٨	٤١	٥٤,٧	٣٦	٤٨	٣٦	٤٨	٢٢٤	٥٩,٧
•السن:	٢٠-٣٠	١٦	٢١,٣	٢٠	٢٦,٧	٢٥	٣٣.٣	٢٥	٣٣,٣	١٦	٢١,٣	١٠٢	٢٧,٢
	٣٠-٤٠	١٤	١٨,٧	٢١	٢٨	١٣	١٧,٣	١٨	٢٤	١٧	٢٢,٧	٨٣	٢٢,١
	٤٠-٥٠	١٥	٢٠	١٢	١٦	١٠	١٣,٣	١٥	٢٠	٢٥	٣٣,٣	٧٧	٢٠,٥
	٥٠-٦٠	١٧	٢٢,٧	١٢	١٦	١٧	٢٢,٨	١٠	١٣,٣	١٣	١٧,٣	٦٩	١٨,٤
	٦٠-٧٠	١٣	١٧,٣	١٠	١٣,٣	١٠	١٣,٣	٧	٩,٤	٤	٥,٤	٤٤	١١,٧
•المستوى الاقتصادي	منخفض	٢٣	٣٠,٧	٣٤	٤٥,٣	٢٨	٣٧,٣	٣٤	٤٥,٣	٢٦	٣٤,٧	١٤٥	٣٨,٧
	متوسط	٣٤	٤٥,٣	٢٦	٣٤,٧	٣٧	٤٩,٣	٣٣	٤٤	٣٨	٥٠,٧	١٦٨	٤٤,٨
	مرتفع	١٨	٢٤	١٥	٢٠	١٠	١٣,٤	٨	١٠,٧	١١	١٤,٦	٦٢	١٦,٥

شكل رقم (٤) خصائص عينة الدراسة



النوع

	القاهرة	الجيزة	القليوبية	الشرقية	أسيوط	الاجمالى
ذكور	49.3	56	65.3	52	61.3	56.8
إناث	50.7	44	34.7	48	38.7	43.2

المنطقة السكنية

	القاهرة	الجيزة	القليوبية	الشرقية	أسيوط	الاجمالى
ريف	0	52	45.3	52	52	40.3
حضر	100	48	54.7	48	48	59.7

السن

	القاهرة	الجيزة	القليوبية	الشرقية	أسيوط	الاجمالى
20-30	21.3	26.7	33.3	33.3	21.3	17.2
30-40	18.7	28	17.3	14	22.7	22.4
40-50	20	16	13.3	20	33.3	20.9
50-60	22.7	16	22.8	13.3	17.3	18.4
60-70	17.3	13.3	13.3	9.4	5.4	11.7

المستوى الاقتصادي

	القاهرة	الجيزة	القليوبية	الشرقية	أسيوط	الاجمالى
منخفض	30.7	45.3	37.3	45.3	34.7	38.7
متوسط	58.6	34.7	49.3	44	50.7	44.8
مرتفع	10.7	20	13.4	10.7	14.6	16.5

خصائص عينة الدراسة

خامساً: نتائج الدراسة

يمكـــن تقسيـــم نتائـــج الدراســـــة إلى:

- نتائج عامة-نتائج اختبارات الفروض

النتائج العامة للدراسة:

(١) حجم التعرض للتليفزيون

أشار جميع المبحوثين إلى أنهم يتعرضون لبرامج التليفزيون المصرى، وإن اختلفوا فيما بينهم فى حجم التعرض، حيث يتعرض للتليفزيون بشكل منخفـــض (٣١,٥%) وبشكل متوسط (٤٨,٨%) بينما يتعرض للتليفزيون بشـــكل مكثـف (١٩,٧%).

- **تشير النتائج التفصيلية إلى أن:-**
- الذكور (M= ٢٠,١٤ - SD = ٥,٤٤) أكثر تعرضاً للتليفزيون وبفروق دالة عـن الإناث (M= ١٨,٦٩ - SD = ٥,٥٣) وكانت قيمة ت = ٢,٥٣ وهى دالـــة عنـــد مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥
- الأكبر سناً (M= ٢١,٢٣ - SD = ٥,٢٠) أكثر تعرضاً للتليفزيون من الأصغـــر سناً (M= ١٩,٥٩ - SD = ٥,٩٧) غير أن الفروق ليست ذات دلالة إحصائيـــة، حيث أن قيمة ت = ١,٥٨ وهى دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥
- الأعلى فى المستوى الاجتماعي الاقتصادي (M= ٢٠,٣٩ - SD = ٥,٤١) أكـثر تعرضاً للتليفزيون من الأقل فى المستوى الاجتماعي الاقتصـــادي (M= ١٩,٠٧ - SD = ٤,٩٤) غير أن الفروق ليست دالة إحصائياً حيث أن قيمـــة ت = ١,٦٠٧ وهى دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥
- لا توجد فروق ذات دلالة فى حجم المشاهدة بين سكان الريف والحضر حيـــث أن قيمة ت = ٠,٦٤٦، وهى دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥

(٢) معدل قراءة الصحف :

- تشير نتائج الدراسة إلى أن (٢٣,٥ %) من عينة الدراسة لا يقرؤون الصحـــــف

على الإطلاق، أما النسبة المتبقية (٧٦,٥ %) فقد أشار (٢٠,٥ %) منهم إلـــى أنهم يقرؤونها بصفة منتظمة (يومياً)، ويشير (٥٠,٩ %) إلى أنهم يقرؤونـــها أكثر من أربعة أيام أسبوعياً و يشـير (٢٨,٥ %) إلى أنهم يقرؤونها أقل مـــن أربعة أيام أسبوعياً.

تشير النتائج التفصيلية إلى أن:-

- الذكـــور (M= ١٩,٩٩ – SD = ٤,٢٣) أكـثر قـراءة للصحـــــف مـن الإنـــاث (M= ١٦,٠٤ – SD = ٦,٢٩) والفروق ذات دلالة إحصائياً، حيث أن قيمة ت =٧,٢٥ وهى قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥.
- الأكبر سناً أكثر قراءة للصحف من الأصغر سناً، غير أن الفروق غير دالة حيـث أن قيمة ت = ٠,٧٩٧، وهى دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥.
- الأعلى فى المستوى الاجتماعي الاقتصادي (M= ٢٠,٧٥ – SD = ٣,٢٧) أكـثر قراءة للصحف من الأقل فى المستوى الاجتماعي الاقتصادي (M= ١٦,٥٨ – SD = ٣,٨١) والفروق دالة إحصائياً، حيث أن قيمة ت = ٤,٣١ وهــى دالــة عنـد مستوى معنوية اصغر من ٠,٠٥.
- سكان الحضر أكثر قراءة للصحف من سكان الريف، غير أن الفروق غير دالـــة إحصائياً، حيث إن قيمة ت = ٠,٢٤٤ وهى دالة عند مستوى معنوية أكـــبر مـن ٠,٠٥

(٣) اتجاه المبحوثين نحو القضايا موضع التطبيق:

يبين الجدول التالى درجة تأييد (أو معارضة) المبحوثين لكل قضيـــة مـــن القضايـــا الثلاثة التى تم التطبيق عليها.

جدول رقم (٣)

اتجاه المبحوثين نحو القضايا موضع التطبيق

درجة التأييد أو المعارضة / القضية موضع التطبيق	اتجاه الفرد						اتجاه الآخرين كما يدركه الفرد					
	موافق جداً %	موافق %	محايد %	معارض %	معارض جداً %	المتوسط	موافق جداً %	موافق %	محايد %	معارض %	معارض جداً %	المتوسط
منح الجنسية المصرية لأبناء المصريات المتزوجات بأجانب	١٤,٩	١٣,٦	١٤,١	٣٢,٣	٢٥,١	٢,٦١	١٣,٦	٢٧,٥	١٨,٤	١٧,١	٢٣,٥	٢,٩١
إحياء اتفاقية الدفاع العربي المشترك	١٢,٥	٤٣,٥	١٦,٨	١٤,٤	١٢,٨	٣,٢٩	٢٠,٥	٢٥,٦	١٥,٥	١٨,٧	١٩,٧	٣,٠٩
تدريس الثقافة الجنسية فى المدارس والجامعات	٤,٣	١٣,١	٨,٥	٤٣,٥	٣٠,٧	٢,١٢	١٦,٨	٢٨,٣	٢١,٦	١٦,٥	١٦,٨	٣.١٢

و من الجدول السابق يتبين لنا ما يلى:

- بالنسبة لقضية منح الجنسية المصرية لأبناء المصريات المتزوجات بأجانب:

نجد أن الأفراد يدركون أنفسهم باعتبارهم أكثر رفضاً وأقل تـأييدا لـهذا الفكـرة مقارنةبالآخرين، حيث اعترض على الفكرة (٥٧,٤ %) ووافق عليـها (٢٨,٥ %) فى حين يعتقد (٤٠,٦ %) من الأفراد أن الآخرين يعترضون على هذه الفكرة فـى مقابل(٤١,١ %) يعتقدون أن الآخرين يؤيدونها.

معنى هذا أن الاتجاه العام للأفراد نحو هذه القضية هو الرفـض، وأن مسـتوى رفضهم لهذه الفكرة أشد (من وجهة نظرهم) من مستوى رفض الآخرين لها.

- بالنسبة لقضية إحياء اتفاقية الدفاع العربي المشترك:

نجد أن الأفراد يدركون أنفسهم باعتبارهم أكثر تأييدا وأقل معارضة لهذه الفكـرة من الآخرين، وإن كان الاتجاه العام الغالب لدى الأفراد ولدى الآخرين (مـن وجهـة

نظر الأفراد) هو تأييد الفكرة، حيث أن نسبة الأفراد المؤيدين للفكرة هـــى (٥٦ %) فى مقابل (٢٧,٢ %) يعارضونها، أما نسبة الآخرين المؤيدين للفكرة (من وجهـــة نظر الأفراد) فهى (٤٦,١ %) فى مقابل (٣٨,٤ %) يعارضونها.

- بالنسبة لقضية تدريس الثقافة الجنسية فى المدارسو الجامعات:

نجد أن هناك تبايناً شديداً فى اتجاه الأفراد من ناحية واتجاه الآخرين كما يدركـــه الأفراد من ناحية أخرى، فالأفراد يرون أنفسهم أكثر رفضاً وأقل تأييداً لـــهذه الفكـــرة مقارنة بالآخرين الذين هم أكثر تأييداً وأقل رفضاً لها، حيث إن نسبة الأفراد المؤيديـــن للفكرة هى(١٧,٤ %) ونسبة المعارضين لها هى (٧٤,٢ %)، فى حين أن نســـبة الآخرين المؤيدين للفكرة(من وجهـــة نظـــر الأفـــراد) هـــى (٤٥,١ %) ونســـبة المعترضين عليها هى (٣٣,٣ %).

معنى هذا أن هناك تبايناً بين اتجاه الأفراد من ناحية واتجاه الآخرين كما يدركـــه الأفراد من ناحية أخرى، وهو ما ستتضح معالمه فى اختبار الفرض الأول.

(٤) مدى اعتقاد المبحوثين فى موضوعية / تحيز وســـائل الإعـــلام فـــى معالجتـــها للقضايا موضع التطبيق

يبين الجدول التالى مدى اعتقاد المبحوثين فى كون وسائل الإعلام تعكس وجهـــة النظر التى يعتقدونها أو تعكس وجهة النظر المعارضة أو تعكس وجهتى النظر بحيـــاد وتوازن، وهو ما يُطلق عليه فـــى أدبيـــات الاتصـــال " فرضيـــة عدوانيـــة وســـائل الإعلام Hostile Media Effect Hypothesis"

جدول رقم (٤)

اتجاه وسائل الإعلام، كما يدركه الفرد، نحو القضايا موضع التطبيق

اتجاه وسائل الإعلام كما يدركه الفرد / القضية موضع التطبيق	عكست وجهة نظر الفرد		عكست وجهة النظر المعارضة لوجهة نظر الفرد		عكست وجهتي النظر بتوازن	
	ك	%	ك	%	ك	%
منح الجنسية المصرية لأبناء المصريات المتزوجات بأجانب	٤٨	١٢,٨	٢٠١	٥٣,٦	١٢٦	٣٣,٦
إحياء اتفاقية الدفاع العربي المشترك	٨٣	٢٢,١	١٩٢	٥١,٢	١٠٠	٢٦,٧
تدريس الثقافة الجنسية فى المدارس والجامعات	٣٦	٩,٦	٢٣٥	٦٢,٧	١٠٤	٢٧,٧

ومن الجدول السابق يتبين لنا ما يلى:

- إن الأفراد (رغم تباين اتجاهاتهم من قضية لأخرى (من القضايا الثلاثة) ورغـــم تباين توجهات وسائل الإعلام (الفعلية) أيضاً من قضية لأخرى يعتقدون أن وسائل الإعلام قد تبنت وجهة النظر المعاكسة لوجهة نظرهم، ففى حالة اعتراضهم وعدم تأييدهم للقضية (مثلما هو الحال فى قضية منح الجنسية المصريـــة وفـــى قضيـــة تدريس الثقافة الجنسية) اعتقدوا أن وسائل الإعلام عكست وجهة النظـــر المؤيـــدة للموضوع، وفى حالة تأييدهم للقضية (مثلما هو الحال فى قضية إحيـــاء اتفاقيـــة الدفاع العربي المشترك) اعتقدوا أن وســـائل الإعـــلام عكســـت وجهـــة النظـــر المعارضة للموضوع.

معنى هذا أن الأفراد يعتقدون أن وسائل الإعلام عادةً ما تتخـــذ موقفـــاً معاكســـاً لتوجهاتهم ولذا فهى عدوانية **Hostile** ومتحيزة **Biased** وغير حيادية (مائلة) **Slant**(*).

(٥) مدى اعتقاد المبحوثين فى كون أغلبية المجتمع تتفق معهم فى اتجاههم :

ويطلق على هذا الاعتقاد "وهم الاتفاق (الإجماع) الزائـــف **False Consensus**"، ويبين الجدول التالى تقديرات الأفراد لمدى انتشار رأيهم واتجاهـــهم بشـــان القضايـــا موضع التطبيقو كونها تمثل رأى الأغلبية أو تمثل رأى الأقلية.

جدول رقم (٥)

مدى اعتقاد المبحوثين فى كون أغلبية المجتمع تتفق معهم فى اتجاههم

أيهما أكثر فى المجتمع المصرى / القضية موضع التطبيق	المؤيدون للموضوع		المعارضون للموضوع	
	ك	%	ك	%
منح الجنسية المصرية لأبناء المصريات المتزوجـات بأجانب	١٣٠	٣٤,٧	٢٤٥	٦٥,٣
إحياء اتفاقية الدفاع العربي المشترك	٢٦٢	٦٩,٩	١١٣	٣٠,١
تدريس الثقافة الجنسية فى المدارس والجامعات	٧٠	١٨,٧	٣٠٥	٨١,٣

(*) يعتمد هذا التعليق على الأرقام الظاهرة فى الجدول ، أما الاستدلال القطعي من خلال المعـــاملات الإحصائية على الظاهرة فيمكن ملاحظاتها فى اختبار الفرض الرابع على ما سيأتي لاحقا .

ومن الجدول السابق يتبين لنا ما يلى:

إن ما يطلق عليه "وهم الاتفاق الزائف" موجـود فـي معتقـدات الجمـهور إزاء القضايا الثلاثة، ففى قضية منح الجنسية (والتى كان الأفراد معــارضين لــها) كـان المعارضون للموضوع هم الأكثرية (من وجهة نظر الأفراد المبحوثين) فى المجتمـع المصري كما يرى (٦٥,٣ %) من المبحوثين، وفى قضية تدريس الثقافة الجنسية فـي المدارس والجامعات (والتى كان الأفراد معارضين لـها أيضـاً) كـان المعـارضون للموضوع هم الأكثرية فى المجتمع المصري كما يرى (٨١,٣ %) من المبحوثين. أمـا فى قضية إحياء اتفاقية الدفاع العربي المشترك (والتى كان الأفراد مؤيدين لها) كـان المؤيدون للموضوع هم الأكثرية فى المجتمع المصري كمـا يـرى (٦٩,٩ %) مـن المبحوثين.

معنى ذلك أن الأفراد يعتقدون عادةً أن الآراء التى يعتقدونها هى الآراء الأكـثر شيوعا وانتشاراً فى المجتمع، وأنها تعبّر عن رأى الأكثرية (الأغلبية) وهو ما يتفـق مع فرضية " وهم الاتفاق الزائف ".

(٦) تقدير الأفراد لمدى تأثير الرأى العام على أنفسهم:

- تشير نتائج الدراسة إلى أن ٢٣,٧%يعتقدون أن للرأى العـام تـأثيراً قويـاً عليهم، وأن ٦٧,٥%يعتقدون أن له تأثيراً متوسطاً، فى حين يعتقـد٢٠,٣ % أن له تأثيراً ضعيفاً عليهم.
- لم تكن هناك فروق ذات دلالة بسبب المتغيرات الديمجرافية (النـوع،السـن، المستوى الاجتماعـي الاقتصـادى، محل الإقامة) حيث إن قيم (ت) علـى التوالـي هى (٠,٧٩٢، ١,٩٨، ٠,٦١٢، ٠,٣٧٠) وهى قيـم دالـة عنـد مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥.

(٧) تقدير الأفراد لمدى تأثير الرأى العام على الآخرين:

- تشير نتائج الدراسة إلى أن ٣٢,٨%يعتقدون أن للرأى العام تـأثيراً قويـاً علـى الآخرين،و أن ٤٦,٩%يعتقدون أن له تأثيراً متوسطاً،فى حين يعتقد ٢٠,٣%أن لـه تأثيراً ضعيفاً على الآخرين.
- لم تكن هناك فروق ذات دلالة بسبب المتغيرات الديمجرافية (النوع،السن،المستوى

الاجتماعي الاقتصادي،محل الإقامـــة) حيــث إن قيــم ت علـــى التوالـــى هـــى (٠,٧٥٠،١,١٥٦،١,١٢٣،٠,٨٤٠) وهى قيم دالة عند مستوى معنوية أكبر مـــن ٠,٠٥.

(٨) المتغيرات النفسية الاجتماعية

أ-تقدير الذاتSelf-Esteem

تشير النتائج إلى أن ٢٨,٥ % من عينة الدراسة لديهم تقدير ذات منخفـــض، وأن ٢٨,٥% لديهم تقدير ذات متوسط، فى حين أن ٤٣% لديهم تقدير ذات مرتفع.

لم تكن للمتغيرات الديمجرافية تأثير ذو دلالة،حيث أن قيم ت على التوالـــى هـــى (١,٤١٩،١,٠٤،٠,٦١،١,٢٢٣،٠,٢٢٣) وهى قيم دالة عند مستوى معنوية أكبرمن ٠,٠٥.

ب- الاعتقاد فى جدارة الناس بالثقة فيهم Trustworthiness:

تشير نتائج الدراسة إلى أن ١٢,٥% من المبحوثين يعتقدون أنه لا يمكن الثقة فـــى الآخرين وأن ٦٠,٥% يعتقدون أنه يمكن الثقة بالآخرين إلى حد مابينما يعتقد ٢٦,٩% أن الآخرين يمكن الثقة بهم لدرجة كبيرة.

- **تشير النتائج التفصيلية إلى أن:**

- الذكور أكثر ثقة فى الآخرين من الإناث، حيث إن قيمة ت = ٣,٥١٧ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥.

- الأصغر سناً أكثر ثقة فى الآخرين من الأكبر سناً، حيـــث أن قيمـــة ت = ٣,٢٩٨ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥.

- الأقل فى المستوى الاجتماعي الاقتصادي أكثر ثقةبالآخرين من الأعلى فى المستوى الاجتماعي الاقتصادي،حيث إن قيمة ت= ٢,٩٨٩ وهى دالة عند مستوى معنوية أقـــل من ٠,٠٥.

- سكان الريف أكثر ثقة فى الآخرين من سكان الحضر،غير أن الفروق ليســـت دالـــة إحصائياً، حيث أن قيمة ت=١,٧٧ وهى دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥

ج-الاعتقاد فى مستوى الولاء / الإخلاص لدى الناس Faith in people:

تشير النتائج إلى أن ١٥,٥ % من عينة الدراسة يعتقدون فى انخفـــاض مســـتوى

الإخلاص لدى الناس،و أن ٥٥,٢% يعتقدون أنه يوجد مستوى متوسط للإخلاص لـدى الناس، فى حين يعتقد ٢٩,٣% أنه يوجد مستوى مرتفع من الإخلاص لدى الناس.

لم تكن للمتغيرات الديمجرافيـــة تأثير ذو دلالـــــــة،حيـث أن قيـم ت علـى التوالـى هى (١,٨٨، ٠,٢٦٥، ١,٦٨٥، ٠,٢٥٢)وهى قيم دالة عند مستوى معنويـة أكبر من ٠,٠٥.

د- الاعتقاد فى مستوى استقلالية البشر Independence:

تشير النتائج إلى أن ٣٧.٩%من عينة الدراسة يعتقدون فـى انخفـاض مسـتوى الاستقلالية لدى الناس، وأن ٣٨,٤%يعتقدون أنه يوجد مستوى متوسط للاستقلالية لـدى الناس،فى حين يعتقد ٢٣,٧%أنه يوجد مستوى مرتفع من الاستقلالية لدى الناس.

لم تكن للمتغيرات الديمجرافية (السن-المستوى الاجتمـاعي الاقتصـادي،مكـان الإقامة) تأثيرات ذات دلالة،حيث إن قيم ت على التوالى هى (٠,٦٢١،١,٧٩٦،٠,٥٤٠)وهى قيم دالةعند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥

الذكور أكثر اعتقاداً فى استقلالية البشر من الإناث،حيـث أن قيمـة ت = ٣,٤٢ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥.

اختبار فروض الدراسة

الفرض الأول:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة تأييد (أو معارضة) الفـرد (للقضايـا محـل التطبيـــق) ودرجـة تـأييد (أو معارضـة) الآخريــن كمـا يدركـها هذا الفرد.

لاختبار مدى وجود فروق ذات دلالة بين درجة تأييد الأفراد لكل قضية على حدة وبين درجة تأييد الآخرين لكل قضية كما يدركها الأفراد تـم إجـراء اختبـار "ت" T.Test بطريقة العينة المزدوجة Paired Sample، وكانت نتائج الاختبار علـى النحـو الذى يجمله الجدول التالى:

جدول رقم (٦)

نتائج اختبار " ت " للمقارنة بين درجة تأييد الفرد

ودرجة تأييد الآخرين كما يدركها الفرد

الموضوع	المجموعات	المتوسط M	الانحراف المعيارى SD	درجات الحرية DF	الفروق	الانحراف المعياري	قيمة ت	P
منح الجنسية المصرية لأبناء المصريات المتزوجات بأجانب	درجة تأييد الفرد	٢,٦١	١,٣٨	٣٧٤	٠,٣٠	١,٨٧	-٣,٠٧٠	٠,٠٠٢
	درجة تأييد الآخرين كما يدركها الفرد	٢,٩١	١,٣٩					
إحياء اتفاقية الدفاع العربي المشترك	درجة تأييد الفرد	٣,٢٩	١,٢٣	٣٧٤	٠,٢٠	١,٧٨٨	٢,١٦٦	٠,٠٣
	درجة تأييد الآخرين كما يدركها الفرد	٣,٠٩	١,٤٣					
تدريس الثقافة الجنسية فى المدارس والجامعات	درجة تأييد الفرد	٢,١٦٨	١,١٢٩	٣٧٤	٠,٩٤٩	١,٧٥	١٠,٤٨	٠,٠٠٠١
	درجة تأييد الآخرين كما يدركها الفرد	٣,١٢٠	١,٣٤٠					

و من الجدول السابق يتبين لنا ما يلى:

١. أن متوسط درجة تأييد الآخرين (كما يدركها الفرد) لفكرة منح الجنسية المصرية لأبناء المصريات المتزوجات بأجانب أكبر من متوسط درجة تـــأييد الفـــرد لـــهذه الفكرة، وأن الفروق بينهما دالة إحصائياً، حيث إن قيمة "ت" تساوى ٣,٠٧٠، و هى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٢) معنى ذلك أن ظـــاهرة "توهـــم المعرفة "موجودة فى هذه القضية.

٢. أن متوسط درجة تأييد الفرد لفكرة إحياء اتفاقية الدفاع العربـــي المشـــترك (M= ٣,٢٩) أكـــبر مـــن درجـــة تـــأييد الآخريـــــن،كمـــا يدركـــها الفـــرد، (M=٣,٠٩)، وأن الفروق بينهما دالة إحصائياً،حيث أن قيمة ت=٢,١٦٦ وهـــى قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٣) معنى ذلك أن ظاهرة "توهـــم المعرفة" موجودة فى هذه القضية أيضاً.

٣. أن متوسط درجة تأييد الآخرين (كما يدركها الفرد)لفكرة تدريس الثقافة الجنســـية

فى المدارس والجامعات (M=٣,١٢٠) أكـبر مـن درجـة تـأييد الفـرد لـها (M=٢,١٦٨)، وأن الفروق بينهما دالة إحصائياً،حيث أن قيمـة ت =- ١٠,٤٨و هى قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل مـن ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١) معنـى ذلـك أن ظاهرة "توهم المعرفة" موجودة فى هذه القضية أيضاً.

وعلى هذا يمكن لنا قبول الفرض القائل بوجود ظاهرة "توهم المعرفة" فى اسـتطلاعات الرأى العام فى مصر بغض النظر عن نوع القضية.

وعلى هذا نقبل الفرض العدمى القائل "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجـة تأييد (أو معارضة) الفرد (للقضايا محل التطبيـق) ودرجـة تـأييد (أو معارضـة) الآخرين كما يدركها هذا الفرد"،و نرفض الفرض البديل القائل بعـدم وجـود فـروق ذات دلالة.

الفرض الثانى:

توجد علاقة ارتباطيه إيجابية بيـن حجـم تعـرض الأفـراد لوسـائل الإعـلام (التليفزيون – الصحف) ودرجة " توهم المعرفة " لديهم.

لاختبار هذا الفرض – إحصائياً – تم حساب العلاقة الارتباطية بين درجة توهـم المعرفة لدى الفرد (حاصل طرح درجة تأييد الفرد للفكرة – درجة تأييد الآخرين كمـا يدركها الفرد) وحجم التعرض للتليفزيون والصحف وذلك بطريقتين.

الأولى: اختبار بيرسـون Person وذلـك مـن البيانـات فـى صورتـها الرقميـة النسبية Ratio

الثانية: اختبار كا٢ وذلك من البيانات فى صورتها الاسمية Nominal ويجمل الجـدول التالى نتائج هذين الاختبارين بالنسبة لكل فكرة.

جدول رقم (٧)

العلاقة بين حجم تعرض الأفراد لوسائل الإعلام ودرجةتوهم المعرفة

توهم المعرفة / القضية موضع التطبيق	توهم المعرفة / التليفزيون	توهم المعرفة / الصحافة
منح الجنسية المصرية لأبناء المصريات المتزوجات بأجانب	بيرسون = – ٠,٠٦٦(p =٠,٢٠٤) كا٢ = ٤,١٣١ (p= ٠,٣٨٩)	بيرسون = – ٠,٠٢١(p =٠,٦٧٩) كا٢ = ٧,١٢٤(p= ٠,١٢٩)
إحياء اتفاقية الدفاع العربي المشترك	بيرسون = ٠,٠١٠(p =٠,٨٤٢) كا٢ = ٣,٨٣٥ (p= ٠.٤٢٩)	بيرسون = ٠٠٠١ (p =٠,٩٨٦) كا٢ = ٧,٤٤٤(p= ٠,١١٤)
تدريس الثقافة الجنسية فى المدارس والجامعات	بيرسون = ٠,٠٨٣(p =٠,١٠٩) كا٢ = ١,٦٠٩ (p= ٠,٨٠٧)	بيرسون = ٠,٠١٧ (p =٠,٧٤١) كا٢ = ٨,٥٠٨(p= ٠,٠٧٥)

– ويتبين من الجدول السابق انه لا توجد علاقة ارتباطيه بين حجم التعــرض لوســائل الإعلام (التليفزيون – الصحافة) ودرجة توهم المعرفة فيما يتعلق بالموضوعات الثلاثة، حيث إن جميع قيم معامل الارتباط بيرسون (N) وجميع قيم معامل حسن التطابق (كا٢) دالة عند مستوى معنوية (P) أكبر من ٠,٠٥

– وعلى ذلك نرفض الفرض الثانى القائل بوجود علاقة ارتباطيه إيجابية بيــن حجــم تعرض الأفراد لوسائل الإعلام ودرجة توهم المعرفة لديهم.

الفرض الثالث:

توجد علاقة ارتباطيه إيجابية بين درجة " توهم المعرفة " لدى الفـــرد ودرجـــة اعتقاده فى كون رأيه يمثل رأى الأغلبية (وهم الإجماع الزائف).

لاختبار هذا الفرض – إحصائياً – تم إجراء بعض الاختبارات الاسمية اللامعلميةو ذلك بالنسبة للموضوعات الثلاثة، وأسفر الاختبار عن النتائج التى يجملها الجدول التالى:–

جدول رقم (٨)

العلاقة بين درجةتوهم المعرفة والاعتقاد فى وهم الإجماع الزائف

القضية موضع لتطبيق / الاختبار الإحصائي	كا٢	معامل التوافق	معامل فاى Phi	معامل فى لكرامرز Cramer's V	P
منح الجنسية المصرية لأبناء المصريات المتزوجات بأجانب	١,٤٦٤	٠,٠٦٢	٠,٠٦٢	٠,٠٦٢	٠,٤٨١
إحياء اتفاقية الدفاع العربي المشترك	٤,٧٥٤	٠,١١٢	٠,١١٣	٠,١١٣	٠,٠٩٣
تدريس الثقافة الجنسية فى المدارس والجامعات	٢,١٠٨	٠,٠٧٥	٠,٠٧٥	٠,٠٧٥	٠,٣٤٩

و من الجدول السابق يتضح لنا أنه لا توجد علاقة ارتباطيه بيـــن درجـــة توهـــم المعرفة لدى الفرد ودرجة اعتقاده فى كون رأيه يمثل رأى الأغلبية حيث أن قيم كـــا٢ وفاى وفى لكرامرز فى الثلاث موضوعات دالة عند مستوى معنوية أكبر مـــن ٠,٠٥، وعلى هذا نرفض الفرض الثالث.

الفرض الرابع:

توجد علاقة ارتباطيه إيجابية بين درجة " توهم المعرفة " لدى الفـــرد ودرجـــة اعتقاده فى التغطية المتحيزة لوسائل الإعـــلام (فرضيـــة إدراك التغطيـــة المتحـــيزة لوسائل الإعلام)

لاختبار هذا الفرض - إحصائياً - تم إجراء اختبار حسن المطابقة (كا٢) وذلـــك بالنسبة للموضوعات الثلاثة وأسفر الاختبار عن النتائج التى يجملها الجدول التالى:-

جدول رقم (٩)

العلاقة بين درجةتوهم المعرفة والاعتقاد فى التغطية المتحيزة لوسائل الإعلام

الاختبار الإحصائي / القضية موضع التطبيق	كا٢	معامل التوافق	معامل فاى Phi	معامل فى لكرامرز Cramer'sV	P
منح الجنسية المصرية لأبناء المصريات المتزوجات بأجانب	١,٢٨٣	٠,٠٥٧	٠,٠٥٧	٠,٠٥٧	٠,٨٧٢
إحياء اتفاقية الدفاع العربي المشترك	١,٣٥٥	٠,٠٦٠	٠,٠٦٠	٠,٠٤٣	٠,٨٥٢
تدريس الثقافة الجنسية فى المدارس والجامعات	١٤,٧٧٦	٠,١٩٥	٠,١٩٩	٠,١٤٠	٠,٠٠٥

ومن الجدول السابق يتضح لنا أنه لا توجد علاقة بين درجة توهم المعرفة لــــدى الفرد ودرجة اعتقاده فى التغطية المتحيزة لوسائل الإعلام وذلك فيما يتعلق بفكرة منـــح أبناء المصريات المتزوجات بأجانب الجنسية المصرية، وكذلك فكـــرة إحيــاء اتفاقيـــة الدفاع العربي المشترك حيث أن قيم كا٢ (١,٢٣٨، ١,٣٥٥) هى قيـــم دالـــة عنـــد مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥، بينما وجدت العلاقة فيما يتعلق بفكرة تدريس الثقافـــة الجنسية فى المدارس والجامعات حيث أن قيمة كا ٢ = ١٤,٧٧٦ وهـــى دالـــة عنـــد مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥.

وعلى هذا نقبل الفرض الفرض الربع فيما يتعلق بالموضوع الثالث، ونرفضه فيمـا يتعلق بالموضوعين الأول والثانى.

الفرض الخامس:

تختلف درجة " توهم المعرفة " لدى الفرد باختلاف:-

ا- درجة اعتقاده فى تأثير الرأى العام على الذات

ب-درجة اعتقاده فى تأثير الرأى العام على الآخرين

ج-درجة تقييم الذات لدى الفرد

د-درجة اعتقاده فى جدارة الناس بالثقة

هـ-درجة اعتقاده فى مستوى الإخلاص / الولاء لدى الناس

و-درجة اعتقاده فى مستوى الاستقلالية لدى الناس

لاختبار هذا الفرض - إحصائياً - تم إجراء اختبار " ت " لمعنوية الفـــروق بيـــن متوسطات الأقل والأعلى على كل متغير من المتغيرات الســـتة فـــى درجـــة " توهـــم المعرفة " بالنسبة لكل موضوع من الموضوعات الثلاثةو أسفر هـــذا الاختبـــار (١٨ اختباراً) عن النتائج التى يجملها الجدول التالى:-

جدول رقم (١٠)

تأثير المتغيرات النفسية الاجتماعية على درجة توهم المعرفة

المتغير	درجة توهم المعرفة / المجموعات	منح الجنسية المصرية لأبناء المصريات المتزوجات بأجانب				إحياء اتفاقية الدفاع العربي المشترك				تدريس الثقافة الجنسية فى المدارس و الجامعات			
		المتوسط M	الانحراف المعيارى SD	قيمة ت T	مستوى المعنوية P	المتوسط M	الانحراف المعيارى SD	قيمة ت T	مستوى المعنوية P	المتوسط M	الانحراف المعيارى SD	قيمة ت T	مستوى المعنوية P
درجة الاعتقاد فى تأثير الرأي العام على الذات	الأقل في درجة الاعتقاد	٠,٣٨٤	١,٩١	٠,٠٥٠	٠,٦١٤	٠.٠٨٩٨	١,٧٩	٠,٧٨٥	٠,٤٣٤	١,١٥٧	١,٦٠٢	١,١٧	٠,٢٤٣
	الأعلى فى درجة الاعتقاد	٠,١٥١	١,٩٢			٠,١٨١٨	١,٤٠			٠,٧٥٧	١,٨٥		
درجة الاعتقاد فى تأثير الرأي العام على الآخرين	الأقل فى درجة الاعتقاد	٠,٣٩٨	١,٩١	٠,٥٢٦	٠,٦٠٠	٠,١٣٨	١,٧٨	٠,٧٥٠	٠,٤٥٤	٠,٩٩١	١,٨٦	٠,٢١٩	٠,٨٢٧
	الأعلى فى درجة الاعتقاد	٠,٢٥٠	١,٩٧			٠,٣٤٢	١,٩٨			٠,٩٣٤	١,٧٢		
درجة تقييم الفرد لذاته	الأقل في درجة الاعتقاد	٠,١٩٦	١,٧٨	٠,٧٣٤	٠,٤٦٤	٠,٠٣	١,٦٤	٠,٩٠٧	٠,٣٦٥	١,٠٦	١,٨٨	٠,٩٩١	٠,٣٢٢
	الأعلى فى درجة الاعتقاد	٠,٣٦٦	١,٩١			٠,٢١١	١,٨٧			٠,٨٣٨	١,٦٧		
درجة الاعتقاد فى جدارة الناس الآخرين بالثقة فيهم	الأقل فى درجة الاعتقاد	٠,٢١٣	١,٧٤	٠,٨٤١	٠,٤٠١	٠,١٢٧	١,٤٩	٠,٠٦٥	٠,٩٤٨	٠,٢١٢	١,٩٢	٢,٥٦	٠,٠١
	الأعلى فى درجة الاعتقاد	٠,٢٣٧	١,٧٤			٠,١٤٨	١,٩٤			١,٠٢	١,٧١		
درجة الاعتقاد فى مستوى الإخلاص / الولاء لدى الناس بصفة عامة	الأقل فى درجة الاعتقاد	٠,٥١٧	١,٩١	٢,٤١١-	٠,٠١	٠,٤٨٢	١,٧٣	٠,٤٤٠	٠,٦٦١	١,٣٨	١,٦١	١,٤٥	٠,١٤٧
	الأعلى فى درجة الاعتقاد	٠,١٧٢	١,٦٨			٠,٣٥٤	١,٨٣			١	١,٦٠		
درجة الاعتقاد فى مستوى استقلالية الناس بصفة عامة	الأقل فى درجة الاعتقاد	٠,٤٥١	١,٨٩	١,٩٠٥-	٠,٠٥٨	٠,٢٤٦	١,٩٣	٠.٩٦	٠,٣٣٥	١,٠٤	١,٧٠	١,٧٢	٠,٠٨٧
	الأعلى فى درجة الاعتقاد	٠,٢٢٥	١,٧٥			٠,٠١١	١,٥٥			٠,٦٤٠	١,٧٧		

ومن الجدول السابق يتبين لنا أنه من بين ثمانية عشر اختباراً تم إجراؤها لم يثبت وجود فروق فى درجة توهم المعرفة إلا فى اختبارين فقط وهما:

- اختبار وجود فروق بين الأقل والأعلى فى درجة الاعتقاد فى مستوى الإخلاص /الولاء لدى الناس بصفة عامة فيما يتعلق بمنح الجنسية المصرية لأبناء المصريات المتزوجات بأجانب،حيث بلغت قيمة ت ٢,٤١١ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥،وتشير نتائج الاختبار إلى أن الأقل اعتقاداً فى مستوى الإخلاص لدى الناس هو الأعلى درجة فى "توهم المعرفة" فيما يتعلق بمنح الجنسية المصرية،أى توجد فروق بينه بين درجة تأييدهم للفكرة واعتقاداتهم عن درجة تأييد الآخرين لها.
- اختبار وجود فروق بين الأقل والأعلى فى درجة الاعتقاد فى جدارة الناس بالثقة فيهم، وذلك فيما يتعلق بفكرة تدريس الثقافة الجنسية فى المدارس والجامعات،حيث بلغت قيمات ٢,٥٦ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥

وتشير نتائج الاختبار إلى أن الأكثر اعتقادا فى جدارة الناس بالثقة هو الأعلى درجة فى "توهم المعرفة" فيما يتعلق بفكرة تدريس الثقافة الجنسية.

- و باستثناء هذين الاختبارين لم تشر نتائج بقية الاختبارات إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية فى درجة توهم المعرفة بشأن الموضوعات الثلاثة ترجع إلى المتغيرات النفسية /الاجتماعية الستة التى تم اختبارها.

وعلى ذلك نرفض،جزئياً،الفرض الخامس القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية فى درجة توهم المعرفة ترجع إلى الخصائص النفسية الاجتماعية للفرد.

الفرض السادس

تختلف درجة "توهم المعرفة" باختلاف الخصائص الديمجرافية للفرد:

لاختبار هذا الفرض تم إجراء اختبار ت لمعنوية الفروقبين متوسطات الأقل والأعلى على كل متغير من المتغيرات الديمجرافية ما عدا (النوع، ذكور/إناث) فى درجة" توهم المعرفة" بالنسبة لكل موضوع من الموضوعات الثلاثة.

وأسفر هذا الاختبار عن النتائج التى يجملها الجدول التالى:

جدول رقم (١١)

تأثير المتغيرات الديموجرافية على درجة توهم المعرفة

المتغير	درجة توهم المعرفة / المجموعات	منح الجنسية المصرية لأبناء المصريات المتزوجات بأجانب				إحياء اتفاقية الدفاع العربي المشترك				تدريس الثقافة الجنسية فى المدارس و الجامعات			
		المتوسط M	الانحراف المعيارى SD	قيمة ت T	مستوى المعنوية P	المتوسط M	الانحراف المعيارى SD	قيمة ت T	مستوى المعنوية P	المتوسط M	الانحراف المعيارى SD	قيمة ت T	مستوى المعنوية P
النوع	الذكور	٠,٢٩٥٨	١,٨٥	٠,٠٠٣	٠,٩٩٨	٠,١٠٣٣	١,٨٥	١,٢٠٢	٠,٢٣٠	٠,٩٣٩	١,٧٩	٠,١٣١	٠,٨٩٦
	الإناث	٠,٢٩٦٣	١,٨٨			٠,٣٢٧٢	١,٧			٠,٩٦٣	١,٧٠		
السن	الأصغر سنا	٠,٠٥٨٨	١,٨٥	١,٢٨٦	٠,٢٠٠	٠,٠٣٩٢	١,٧٣	١,١٣٥	٠,٢٥٨	٠,٤٥١	١,٦٥١	٢,٩٥٠	٠,٠٠٤
	الأكبر سنا	٠,٤٤٩٣	٢,٠٨			٠,٣٦٢٣	١,٩٦			١,٢٣٢	١,٧٦٦		
محل الإقامة	ريف	٠,٠٣٣١	١,٨١٦	٢,٢٥٠	٠,٠٢	٠,٢٣١٨	١,٧٣٧	٠,٢٨٢	٠,٧٧٨	١-	١,٨٢٥	٠,٤٥٩	٠,٦٤٧
	حضر	٠,٤٧٣٢	١,٨٨٤			٠,١٧٨٦	١,٨٢٥			٠,٩١٥٢	١,٧٠٦		

ومن الجدول السابق يتبين لنا ما يلى:-

- أنه لم تكن هناك فروق بين الذكور والإناث فى مستوى "توهم المعرفـــة" بالنســبة للقضايا الثلاثة، حيث إن قيم ت كانت على التوالـــى (٠,٠٠٣، ١,٢٠٢، ٠,١٣١) وهى قيم دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥. أى أن متغير "نوع المبحـــوث" لم يكن له تأثير على درجة "توهم المعرفة" لدى الفرد.
- أن متغير السن لم يكن له تأثير على درجة" توهم المعرفة" لدى لأفراد فيما يتعلـــق بقضية منح الجنسية المصرية لأبناء المصريات المتزوجـــات بأجـــانب،و قضيـــة إحياء إتفاقية الدفاع العربي المشترك،حيث إن قيم ت كانت على التوالى (١,٢٨٦، ١,١٣٥) وهى قيم دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥، فى حين كان لمتغير السن تأثيره على درجة توهم المعرفة فيما يتعلق بفكرة تدريـــس الثقافةالجنســية بالمدارس والجامعات،حيث كانت درجة توهم المعرفة لدى كبار السن أكـــبر مـــن مثيلتها لدى صغار السن، فكبار السن يعارضون الفكرة ويعتقـــدون أن الآخريـــن يؤيدونها،و صغار السن يؤيدون الفكرة ويعتقدون أن الآخرين يتفقون معـــهم فـــى اتجاههم.
- أن متغير محل الإقامة (ريف- حضر) لم يكن له تأثير على درجة "توهم المعرفة" لدى الأفراد فيما يتعلق بفكرة إحياء اتفاقية الدفاع العربي المشترك،و فكرة تدريـس الثقافة الجنسية فى المـــدارس والجامعـــات،حيـــث إن قيـــم ت علـــى التوالـــى (٠,٤٥٩، ٠,٢٨٢) وهى قيم دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥، فى حيـــن كان لمتغير محل الإقامة تأثيره على درجة توهم المعرفة فيما يتعلق بفكرة منـــح الجنسية المصرية لأبناء المصريات المتزوجات بأجانب، حيث كانت درجة" توهـم المعرفة" لدى سكان الحضر أكبر من مثيلتها لدى سكان الريفو بفروق دالة عنـــد مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥.

خلاصة الدراسة وخاتمتها :

تبلورت مشكلة الدراسة وتحددت أهدافها فى رصد ظاهرة " توهم المعرفة " لـــدى الجمهور المصرى إزاء عدد من القضايا المجتمعية، وتحليل العلاقـــة بيـــن التعـــرض لوسائل الإعلام ودرجة " توهم المعرفة " لدى الفرد.

و قد اختار الباحث، كمجال للتطبيق، ثلاث قضايا حظيت بتغطية كبيرة مـــن وســـائل الإعلام وكانت مثار نقاش وجدل واسعين، وهى: -

- قضية منح الجنسية المصرية لأبناء المصريات المتزوجات بأجانب
- قضية إحياء اتفاقية الدفاع العربي المشترك
- قضية تدريس الثقافة الجنسية فى المدارسو الجامعات

وتم تطبيق الدراسة على عينة عنقودية حجمها ٣٧٥ مفردة تم سحبها من خمـــس محافظات هى: محافظات القاهرة الكبرى والشرقية وأسيوط.

وقد اختبرت الدراسة ستة فروض أساسية وعدة فروض فرعية، وتم التحقق مـــن صحة بعض الفروض، ولم يتم التحقق من صحة بعضها الأخر، ويمكن الإشـــارة إلـــى أهم نتائج الدراسة على النحو التالى:-

(١) النتائج الخاصة برصد ظاهرة " توهم المعرفة " فى المجتمع المصري:

أشارت نتائج الدراسة إلى وجود ظاهرة " توهم المعرفة " فى استطلاعات الـــرأي العام فى مصر بغض النظر عن نوع القضية التى يتم التطبيق عليها، ففـــى القضايـــا الثلاثة التى تم التطبيق عليها أشارت نتائج الدراسة إلى أن هناك فروقاً ذات دلالة بيـــن اتجاه الفرد ورؤيته لهذه القضايا من ناحية وبين إدراكه لاتجاهات الأخرين ورؤيتهم لـــها من ناحية أخرى.

ووفقاً لأدبيات "توهم المعرفة " فإنه ليس مهماً أن تكون الفروق لصالح اتجاه الفرد أو أن تكون لصالح اتجاه الآخرين كما يدركه الفرد ولكن ما يثبت وجود الظاهرة هـــو أن تكون هناك فروق وحسب، وهو ما تحقق فى هذه الظاهرة.

وتتفق نتـــائج هـــذه الدراســـة مـــع نتـــائج الدراســـات التـــى ســـبق عرضـــها

(ص ص: ٨٤-٩٠)، وهو ما يشير إلى أن ظاهرة " توهم المعرفـــة " هـــى ظـــاهرة إنسانية توجد فى كثير من المجتمعات بغض النظر عن السياقات الثقافية والأيديولوجية.

(٢) النتائج الخاصة بعلاقة وسائل الإعلام بظاهرة " توهم المعرفة ":

تشير كثير من الدراسات السابقة إلى أن وسائل الإعلام يمكن أن تكـــون عـــاملا على تعميق وجود الظاهرة فى المجتمع عندما لا تعكس الواقع بدقـــة وعندمـــا تقـــدم معلومات مشوهة، وقد تكون عاملا على كسر حدة ظهورها وتلاشـــيها عندمـــا تقـــوم بدورها التنويري، وقد تصبح عاملا لتثبيت الظاهرة عندما تختلـــط فيـــها المعلومـــات الدقيقة والمعلومات المشوهة.

و تشير نتائج الدراسة الحالية إلى أنه لا توجد علاقة ارتباطية بين حجم التعـــرض للتليفزيون أو معدل قراءة الصحف ودرجة " توهم المعرفة " لـــدى الفـــرد، غـــير أن انتـــفاء العلاقة لا يعنى غياب دور وسائل الإعلام كاملا أو عدم وجوده نهائيا، وإنمـــا تعنى أن دور هذه الوسائل يمكن أن يكون فى منطقة" تثبيت الظاهرة "وهـــى الحالـــة الثالثة التى تحدث عندما تختلط -فى الرسائل الإعلامية عن أي قضيـــة- المعلومـــات الدقيقة بالمعلومات المشوهة.

(٣) النتائج الخاصة بوهم الإجماع الزائف:

تشير فرضية وهم الإجماع الزائف إلى ميل الأفراد إلى المبالغة فى تقدير الدعـــم والمؤازرة لسلوكهم ولقيمهم ولاتجاهاتهم، فالفرد يشعر أن الموقف الذى يتخذه يحظـــى بتأييد أكبر من الآخرين مقارنة بالموقف المعارض.

وتشير نتائج الدراسة الحالية إلى أن هذا " الوهم " موجود لدى الأفراد فى مصـــر فيما يتعلق بالقضايا الثلاثة، غير أن نتائج الدراسة تشير أيضا إلى أنه لا توجد علاقـــة بين درجة توهم المعرفة بشأن القضايا الثلاثة مجال التطبيق ودرجة اعتقاد الأفراد فـــى كون رأيهم يمثل رأى الأغلبية.

(٤) النتائج الخاصة بالاعتقاد فى التغطية المتحيزة لوسائل الإعلام:

تشير فرضية النظرة العدائية تجاه وسائل الإعلام إلى أن الأفـــراد يميلـــون إلـــى النظر إلى تغطية وسائل الإعلام للقضايا الخلافية على أنها مضادة لوجهـــة نظرهـــم،

فالأفراد المنحازون إلى رأى معين يجدون أن التغطية الإعلامية، مهما كـــانت درجـــة حيادها، متحيزة ومتعارضة مع وجهة نظرهم، وهم يعتقدون أن هذه التغطية سيكون لها تأثير ملحوظ على أراء الآخرين.

وتشير نتائج الدراسة الحالية إلى أن المبحوثين رغم تباين اتجاهاتهم مـــن قضيـــة لأخرى ورغم تباين توجهات وسائل الإعلام الفعلية أيضاً من قضية لأخرى يعتقـــدون أن وسائل الإعلام قد تبنت وجهة النظر المعاكسة لوجهة نظرهم، ففى حالة اعتراضهم وعدم تأييدهم القضية اعتقدوا أن وسائل الإعـــلام عكســت وجهـــة النظـــر المؤيـــدة للموضوع، وفى حالة تأييدهم للقضية اعتقدوا أن وسائل الإعلام عكست وجهة النظـــر المعارضة للموضوع.

(٥) النتائج الخاصة بعلاقة خصائص المبحوثين النفســية والديموجرافيـــة بدرجـــة " توهم المعرفة ":

تشير نتائج الدراسة إلى أن الخصائص النفسية والديموجرافية للمبحوثين لا تؤثـــر، بشكل بارز، على درجة توهم المعرفة، وهو ما يتفق مع ما سبق ذكره من احتماليـــة أن تكون ظاهرة " توهم المعرفة " ظاهرة إنسانية توجـــد بغـــض النظـــر عـــن الســـياق المحيط بها.

(٦) متغيرات أخرى بحاجة إلى الإختبار فى دراسات لاحقة:

توجد بعض المتغيرات الأخرى التى يعتقد الباحث فى أهميـــة تناولـــها وإختبـــار تأثيرها فى دراسات لاحقة، ومنها:

- مستوى انغماس الفرد فى القضية Personal Involvement، حيث يتوقع البـــاحث أن تقل درجة توهم المعرفة لدى الأكثر انغماساً فى القضية والأكثر إرتباطاً بها، حيث إن إرتباط مصالح الفرد بقضية أو موضوع ما قد يدفعه إلى تحـــرى الدقـــة فـــى تفاصيلها وإلى محاولة تكوين توقعات وتنبؤات صادقة أكثر من إطلاق " تخمينـــات " عشوائية.
- مستوى المعرفة العامة والمتعمقة لدى الفرد، حيث يتوقع الباحث، أيضاً، أن تقـــل درجة توهم المعرفة لدى الأكثر معرفة بالقضية وأبعادها مقارنة بالأقل معرفة بها.

- درجة الموضوعية فى معالجة وسائل الإعلام للقضيـــة، فالتغطيـــة الموضوعيـــة البعيدة عن التحيزات الشخصية والمصالح الذاتية للوسائل وللقائمين عليها قد تمـــد الفرد الذى يتعرض لها بصورة حقيقية عن توزيع الرأى العام تجاه القضية وعـــن الاتجاه الغالب فى المجتمع.

هوامش الفصل الثاني:

(1) Lippmann, Walter (1922), **Public Opinion**, New York, Free Press P.4,15-16.

(2) Allport, Floyod (1924), **Social Psychology**, Boston, Houghton Mifflin.p.396

(3) Katz,Danial & Allport, Floyd (1931), **Student Attitudes : A Report of The Syracuse University Research Study**, Syracuse, N.Y. Craftsman .press.

(4) Shamir, Jacob & Shamir, Michal (1997), Pluralistic Ignorance Across Issues and Overtime : Information Cues and Biases . **Public Opinion Quarterly**, Vol.61, No, p.227.

(5) Fukui, Yoshitaka (2001), The Great Illusion : Pluralistic Ignorance, Informational Cascades and The Persistence of Unpopular Norms With Application To Accounting Standards, **Unpublished Study** Obtained Through Personal contact with the Author (**fukui@econ.tohoku.ac.jp**) p.7

(6) Breed, Warren & Ktsanes, Thomas (1961), Pluralistic Ignorance In The Process Of Opinion Formation. **Public Opinion Quarterly**, Vol.25, No.3, p.227.

(7) Prentice, Deborah & Miller, Dale (1996), **Pluralistic Ignorance and The Perception Of Social Norms By Unwiting Actors**, In Mark P.Zanna (ED) Advanced in Experimental Social Psychology, Vol.28, New York, Academic Press, P.161.

(8) Major, Ann Marie (1997) Pluralistic Ignorance and The Climate Of Opinion In Real-Time Disaster Prediction, **International Journal Of Public Opinion Research**, Vol.9, No.2, p.171.

(9) Fields, Games & Schumann, Howard (1976), Public Beliefs About Beliefs Of The Public, **Public Opinion Quarterly**, Vol.40, p.427-448.

(10) O' Gorman, Hubert (1986), The Discovery Of Pluralistic Ignorance, **Journal of The History Behavioral Sciences**, Vol.22, PP:333-337.

(11) Miller, Dale & MacFarland, Cathy (1987), Pluralistic Ignorance : When Similarity is Interpreted as Dissimilarity, **Journal of Personality and Social Phsychology**, Vol.53, No.2, PP:298-305.

(12) Miller, Dale & MacFarland, Cathy (1991), "When Social Comparison Goes Away : The Case of Pluralistic Ignorance" in : J.Suls & T.Wills (EDS) **Social Comparison : Contemporary Theory and Research**, Hillsdate, NJ : Erlbaum, PP: 287-313 .

(13) Miller, Dale & Prentice, Deborah (1994), Collective Errors and Errors about the Collective, **Personality and Social Psychology Bulletin**, Vol.20,No.5,PP:541-550.

(14) Smith, Colleen (1995), Pluralistic Ignorance : An Integrated Of Perceptions Of Difference Bystander Apathy m Juvenile Delinquenecy, Burnout . Unpublished PHD Dissertation, Syracuse University, **Dissertation Abstracts International**, Vol.56, 09B, P.5227.

(15) Prentice, Deborah & Miller, Dale (1996), **Op.cit**, PP: 161-163 .

(16) Fukui, Yoshita Ka (2001), **Op.cit**, P.7.

(17) Shamir, Jacob & Shamir, Michal (1997), **Op.cit**, P. 228 .

(18) Major, Ann-Marir (1997), **Op.cit**, 171.

(19) Shamir & Jacob (1993), Pluralistic Ignorance Revisited : Perception of Opinion Distributions In Israel, **The International Journal of Public Opinion Research**, Vol.5, PP:22-39

(20) Korte, Charles (1972), Pluralistic Ignorance About Student Radcalism, **Sociometry**, Vol.35, PP:576-587

(21) Shamir, Jacob & Shamir, Michal (1997), **Op.cit**, PP:227-228 .

(22) Fukui, Yoshita Ka (2001), **Op.cit**, PP:9-10 .

(23) Breed, Warren & Ktsanes, Thomas (1961), **Op.cit,** P. 383 .

(24) Nolle-Neumann, Elizabeth (1991) " The Theory of Public Opinion : The Concept of The Spiral of Silence " In : Games A.Anderson (ED) **Communication Year Book,** No.14 (PP: 256-287), New bury park-sage publication .

(25) Golding, Peter (1981) " The Missing Dimension : News Media and The Management of Social Change " In : Elihu Kataz & Tamas Szesko (EDS), **Mass Media and Social Change,** (PP: 63-81), Beverly Hills, CA: Sage Publications .

(26) Hall, Stuart (1982) " The Rediscovery of Ideolgy, Return of the Repressed in Media Studies " In : Michael Gurevitch et al (EDS), **Culture, Society, and the Media,** (PP:56-90), London : Methuen .

(27) Shamir, Jacob & Shamir, Michal (1997), **Op.cit,** P.231 .

(28) Katz, Elihu (1995), " Introduction : The State of the Art " In : Theodore Glasser & Charles Salmon (EDS), **Public Opinion and the Communication of Consent** . (PP: xxi-xxxiv), New York : Guilford .

(29) Davison, Philips (1983), The Third – Person Effect in Communication, **Public Opinion Quarterly,** Vol.47, PP:1-15.

(30) Perloff, Richard (1993), Third – Person Effect Research (1983-1992) : A Review and Synthesis . **International Journal Of Public Opinion Research,** Vol.5, No.2, P.167.

(31) **Ibid,** P.168.

(32) Sawen, Michael & Driscoll, Paul (1997), Consequences Of Third – Person Perception In Support Of Press Restinictions In The O.J. Simpson Trial . **Journal Of Communication,** Vol.47, No.2, P.61 .

(33) Davison, Philips (1983), **Op.cit,** p.3 .

(34) Duck, Julia et al (1995), " Me, Us and Them : Political Identification and The Third Person Effect In The 1993 Australian Federal Election. **European Journal of Social Psychology**, Vol.25, PP: 195-215 .

(35) Mullen, Brain et al (1985), The False Consensus Effect : A Meta Analysis of 115 Hypothesis Tests, **Journal of Experimental and Social Psychology**, Vol.13, PP: 279-301.

(36) Ross, Lee et al (1977), " The False Consensus Effect : An Ego Centric Bias In Social Perception and Attribution Processes ", **Journal of Experimental and Social Psychology**, Vol.13, PP: 279-301.

(37) Eveland, William et al (1995) "Actual and Perceived U.S Public Opinion: The Sprial of Silence During The Persian Gulf-War. **International Journal Of Public Opinion Research**, Vol.7, No. 2, PP : 92-93 .

(38) Gunther, Albert & Chia, Stalla (2001), Predicting Pluralistic Ignorance : The Hostile Media Perception and its Consequnences, **Journalism and Mass Communication Quarterly**, Vol.74, No. 4, PP : 688-701.

(39) Vallone, Robert ; Ross, Lee & Lepper, Mark (1985), " The Hostile Media Phenomenon : Biased Perception and Perceptions of Media Bias in Coverage of the Beirut Messacre ", **Journal Of Personality and Social Psychology**, Vol.49, No.3, PP: 577-585.

(40) Traugott, Michael (1992) " The Impact of Media Polls on The Public " In Thomas E.Mann & Gary R.Orren (EDS), **Media Polls in American Politics**, PP: 125-149, Washington, Dc., The Brookings Institution .

(41) Ceci, S. & Cain, E. (1982) Jumping on The Bandwagon With The Underdog : The Impact of Attitude Polls on Polling Behavior, **Public Opinion Quarterly**, Vol. 46, pp.228-242

(42) Gunther, Albert (1998), " The Persuasive Press Inferenceses Effect Of Mass Media On Perceived Public Opinon, **Communication Research**, Vol.25, No.5, PP: 486-504.

(43) Noell-Neumann, Elizabeth (1993), **The Spiral of Silence : Public Opinion – Our Social Skin**, The University of Chicago Press, P.202.

(44) Nolle-Neumann, Elizabeth (1991)), **Op.cit,** p.81.

(45) Gunther, Albert (1998), **Op.cit,** PP: 488-489.

(46) Eveland, William et al (1999) "Rethinking The Social Distance Corollary, Perceived Likelihood of Exposure and The-Third Person Perception, **Communication Research**, Vol.26, No.3, PP: 280-281.

(47) Prentice, Deborah & Miller, Dale (1996), **Op.cit,** PP: 200-201.

(48) Fields, Games & Schumann, Howard (1976), **Op.cit,** p.427-448.

(49) Breed, Warren & Ktsanes Thomas (1961), **Op.cit,** PP: 382-392.

(50) Isenberg. Danial (1980) " Levels Of Analysis Of Pluralistic Ignorance Phenomena : The Case Of Receptiveness To Interpersonal Feedback, **Journal of Applied Social Psychology**, Vol.10, No.6, PP:457-467.

(51) Glynn-Carrol, Jane (1983) " Perceptions of Other's Opinions as Public Opinion and Its Realtionship To Communications in the Neighborhood : A Systems Level Perspective . Unpublished PHD Dissertation, The University of Wisconsin, Madison, **Dissertation Abstracts International,** Vol 44-09A, P.2886 .

(52) Willits, Wendy (1986) "Pluralistic Ignorance in The Perception of Parent – Youth Conflict, Youth & Society, Vol.18, No.2, PP:150-161, **(Abstract From Eric Database)**.

(53) Miller, Dale & MacFarland, Cathy (1987), **Op.cit,** PP:298-305.

(54) Major, Ann-Marie & Atwood, Erwin (1988), Pluralistic Ignorance and Communication about a Critical Political Issue, **Paper Presented at The Annaul Meeting of the International Communication Association** (New Orleans, LA, May 29 June 2–1988), **(Abstract From Eric Database)**.

(55) Miller, Dale & Prentice, Deborah (1994), **Op. Cit,** PP:541-550.

(56) Prentice, Deborah & Miller, Dale (1993) "Pluralistic Ignorance and Alcohol use on Campus: Some Consequences of misperceiving the Social Norm, **Journal of Personality and Social Psychology**, Vol. 64, No.2, PP:243-256.

(57) Major, Ann-Marie (1997) **Op.cit,** PP: 170-190.

(58) Shamir, Jacob & Shamir, Michal (1997), **Op.cit,** PP 227-260 .

(59) Ugarta, Inigo et al (1998) "Pluralistic Ignorance Attribution of Causality and Cognitive Bias in Anti-Gypsy Racism : A Survey Research, Revista-de Psicologia – Social, Vol.13, No.2, PP:321-330, **(Abstract From Eric Database).**

(60) Hyes, Andrew et al (2001) "Willings To Express One's Opinion in a Realistic As A Function Of Perceived Support For That Opinion", **International Journal Of Public Opinion Research**, Vol.13, No. 1, PP 45-58 .

(61) Perloff, Linda & Birckman, Philip (1982), " False Consensus and False Uniqueness : Bias in Perceptions of Similarity, **Academic-Psychology Bulletin**, Vol.4,No.3,PP:475-494.

(62) Taylor, Garth (1982), "Pluralistic Ignorance and The Spiral of Silence : A Formal Analysis, **Public Opinion Quarterly,** Vol.46, No.3, PP:311-335.

(63) Lashin, Yassin (1984) "Testing The Spiral of Silence Hypothesis: Toward An Integrated Theory of Public Opinion", Unpublished PHD, University of Illinois at Urbana-Champaign, **Dissertation Abstracts International**, Vol.45-11A, P:3234.

(64) Mullen, Brian et al (1985), **Op.cit**, PP:266-283.

(65) Glynn, Carrol & Ostman, Ronald (1988), " Public Opinion about Public Opinion ", **Journalism Quarterly**, Vol.65, No.2, PP: 299-306 .

(66) Quilty, Robert (1990) "The Alcoholic Pardox : Helplessness and Efficacy (Pluralistic Ignorance Learned Resourcefulness), Unpublished PHD Dissertation, Columbia University, **Dissertation Abstracts International,** Vol 52-02B, P.1077.

(67) Baldwin, Tamara (1991)" Response To An Earthquake Prediction in Southeast Missouri : A Study in Pluralistic Ignorance. Unpublished PHD Dissertation, Southern Illinois University At Carbondale, **Dissertation Abstracts International,** Vol 53-09A, P.3025.

(68) Shamir, Jacob (1993) "Pluralistic Ignorance : Perception of Opinion Distributions in Israel ", **International Journal Of Public Opinion Research**, Vol.5, No. 1, PP : 22-39.

(69) Park, Young-Soon (1985) "Pluralistic Ignorance and third person Effect of The Mass Media in the process of public opinion Formation (Spiral of Silence), Unpublished PHD Dissertation, Ohio University, **Dissertation Abstracts International**, Vol 46-03A, P.547.

(70) Eveland, William et al (1995), **Op.cit,** PP : 91-109.

(71) Kim, In-Sook (1996) " The Impact Of Communication Behaviors and The Third-Person Effect on Pluralistic Ignorance about Environmental Information Campaigns "Unpublished PHD Dissertation, Southern Illinois University At Carbondale, **Dissertation Abstracts International**, Vol 53-06A, P.1970.

(72) Gunther, Albert (1998), **Op.cit**, PP: 486-504.

(73) Gunther, Albert & Chia, Yun-Stella (2001), **Op.cit**, PP: 688-701.

(74) Robinson, John & Shaver, Phillip (1973) **Measures of Social Psychological Attitudes**, Michigan, The University of Michigan, pp. 84-87

(75) **Ibid.**, pp. 606-611.

(76) **Ibid.**

(77) **Ibid.**,pp.612-615

(78) Glynn, Carrol& Ostman, Ronald (1988) **Op.cit.**, pp.299-306

الجـــــزء الثانى

نظريات تشكيل اتجاهات الرأى العام

الفصل الثالث

نظرية التهيئة المعرفة

"دور المادة الإخبارية فى التليفزيون المصرى
فى تشكيل اتجاهات طلاب الجامعة نحو اداء الحكومة"

المقـــــدمة :-

تعد المواد الإخبارية من المكونات الأساسية فى القنوات التليفزيونية، وقــد تزايــد اهتمام الجمهور بالمواد الإخبارية التليفزيونية حيث أصبحت تمثل لهم مصدراً أساســياً يعتمدون عليه فى الحصول على معلوماتهم عن الأحداث الجارية، ويرجع ذلـــك إلـــى المصداقية التى تتمتع بها تلك المواد الإخبارية والنابعة من خصائص الوسيلة (الصورة – الصوت – الحركة – الألوان – الحالية).

وقد أدت تلك الأهمية التى تحظى بها التغطية الإخبارية فى التليفزيون إلى تزايــد الدراسات التى حاولت التعرف على تأثير هذه التغطية على أفـــراد الجمـــهور، وقــد تنوعت المجالات البحثية لهذه الدراسات، فبعضها ركز على التأثيرات المعرفية معتمـداً على نظريات مثل: وضع الأولويات وفجوة المعرفـــة واكتســاب المعرفـــة وتمثيــل المعلومات، وبعضها ركز على تحليل مضمون التغطية الإخبارية للوقوف علـــى أهــم خصائصها، وركز بعضها على المقارنة بين خصائص المضمـــون الإخبــارى فـــى التليفزيون وفى غيره من الوسائل، وركزت بعض الدراسات على التأثيرات الوجدانيـــة للمواد الإخبارية متمثلة فى تأثيرها على اتجاهات الرأى العام وتقييمـــه لموضوعـــات شتى، وخاصة الموضوعات السياسية كتقييم أداء الحكومـــة والشـــخصيات السياســـية العامة، ولكن هذا المجال الأخير يقل وجوده فى الدراسات العربية.

وتهتم حكومات الدول الديموقراطية بالتعرف على اتجاهات الرأى العام نحوهـــا، ونحو أدائها، لما لهذه الاتجاهات من أهمية، حيث يعتمد عليها المسؤلون فى تصريـــف شئون الدولة، إذ يفترض أن القرارات المهمة فى الدول تبنى على اتجاهات الرأى العام فيها، وذلك لضمان رضا وقبول الجماهير لسياسات الحكومة وأدائها، وهـــذا الرضـــا وذلك القبول بدورهما يعدان مؤشراً على مدى شرعية الحكومة، فالشرعية فى أبســـط معانيها تتضمن قبول المحكومين للحكومة القائمة ورضائهم عن أدائها والاعتقـــاد فـــى كونها أفضل ما يمكن للمجتمع.

وعلى الرغم من تعدد العوامل المؤثرة على الرأى العام مثـــل: التنشـــئة والديـــن والتعليم والثقافة والمصالح الشخصية ودعاية الجماعات الضاغطة والأحداث المهمـــــة فإن معظم الحكومات تعتمد فى التأثير على الرأى العام على وسائل الإعـــلام بشـــكل أساسى حيث تقوم بالتركيز على قضايا معينة مما يؤدى إلى زيادة اهتمام الرأى العـــام بهذه القضايا وأخذها فى الاعتبار عند تقييم أداء الحكومة، وهذا هـــو جوهـــر نظريـــة التهيئة المعرفية Cognitive Priming التى تتخذها الدراسة منطلقاً نظريـــاً حيـــث إن الفرضية الرئيسية للنظرية "تؤثر الأخبار التليفزيونية على المعايير التى يتم من خلالـــها تقييم الحكومات والرؤساء والسياسيات والمرشحين السياسيين، وذلك من خلال التركـيز على بعض القضايا وإغفال البعض الآخر تتفق مع الهدف من الدراسة وتصلح للإجابـة عن مشكلاتها، كما أنها تتيح إجراء التطبيق على أكثر من مرحلة للمقارنة بين فـترات التغطية المكثفة والتغطية غير المكثفة.

مشكلة الدراسة :-

- فى ضوء ما ذهبت إليه كثير من الدراسات، فى علم السياسة، مـــن أن الشـــرعية تعتبر محددا أساسيا لاستقرار الحكومة ولمدى تقبل الجمهور لها.
- وفى ضوء ما ذهبت إليه الدراسات أيضاً من كون الرأى العام واتجاهاته مقياســـا لهذه الشرعية وعاملاً من عوامل ثباتها واستقرارها.
- وفى ضوء كون وسائل الإعلام – وبالتحديد التليفزيون – أحد أهم العوامل المؤثرة فى الرأى العام واتجاهاته.
- وفى ضوء اعتبار الشباب – لاسيما الشباب الجامعى – أحد القطاعات المهمة فـــى المجتمع نظراً لدوره المستقبلى من ناحية ونسبته فى المجتمع من ناحية أخرى.
- فى ضوء ذلك كله تكمن مشكلة الدراسة فى قياس تأثير تعرض طلاب الجامعـــــة للمواد الإخبارية – فى فترات تركز فيها هذه المواد على إنجـــازات الحكومـــة – على اتجاهاتهم نحو أداء الحكومة وذلك بالمقارنة مع اتجاهاتـــهم فـــى فـــترات لا تركز فيها هذه المواد على إنجازات الحكومة، وذلك وصـــولاً إلـــى تحديـــد دور المواد الإخبارية فى تكوين اتجاهات طلاب الجامعة نحو أداء الحكومة ومن ثم فى

تدعيم أو زعزعة شرعيتها.

اهداف الدراسة :-

١. اختبار فروض نظرية التهيئة المعرفية Cognitive Priming فى المجتمع الطلابــى المصرى للتعرف على مدى توافق هذه النظرية مع خصوصية المجتمع المصرى، المتمثلة فى اختلاف النظم الإعلامية والسياسية والثقافية والتى تختلف بـــالضرورة عن المجتمع الغربى الذى أجريت فيه دراسات التهيئة المعرفية.
٢. التعرف على أثر تركيز التليفزيون على قضية معينة - تقوم فيها الحكومة بـــدور رئيسى – فى تكوين اتجاهات إيجابية نحو أداء الحكومة.
٣. المقارنة بين اتجاهات طلاب الجامعة فى فترتين زمنيتين يكون هناك تركيز فـــى إحداهما على قضية إيجابية، وفى الفترة الثانية لا يكون هناك تركيز إعلامى علـــى قضية إيجابية.
٤. التعرف على دور التليفزيون فى إقرار الشرعية السياسية Political Legitimacy وإذا ما كان يساعد على خلق ودعم الاعتقاد بأن المؤسسات السياســـية الموجـــودة هى أكثر المؤسسات ملاءمة للمجتمع أم لا.
٥. التعرف على دور التليفزيون فى التنمية السياسية لأن تكوين اتجاهات إيجابية نحـــو الحكومة يعتبر من متطلبات المشاركة السياسية التى تعد بدورها أحد أبعاد التنميـــة السياسية، فالفرد الذى تكون لديه اتجاهات سلبية نحو النظام السياســـى عـــادة مـــا يحجم عن المشاركة السياسية.

تقسيم الدراسة:-

يمكن عرض مخرجات الدراسة من خلال المبحثين التاليين:-

المبحث الأول: الإطار النظرى للدراسة (نظرية التهيئة المعرفية).

المبحث الثانى: الإطار التطبيقى للدراسة.



المبحث الخامس

الإطار النظرى للدراسة

(نظرية التهيئة المعرفية)

قدم كل من شانتو إينجار ودونالد كايندر **Shanto Iyengar & Donald Kinder** مفهوم التهيئة **Priming** إلى مجال الإعلام السياسى عـــام ١٩٨٧ كـامتداد وتطـور لأدبيات وضع الأولويات **Agenda – Setting**، ومنذ ذلك الحين أجريــت كثـير مـن الدراسات التى أكدت على قدرة وسائل الإعلام على التهيئة أى قدرتها علــى إحـداث تغيير فى آراء وسلوك الأفراد ليس لأنهم غيروا معتقداتهم وتقييماتهم للأشياء، ولكـــن لأنهم غيروا الأهمية النسبية التى يولونها للاعتبارات العديـــدة التــى تشـكل التقييـم النهائى(١).

وبينما يركز نموذج وضع الأولويات على التأثيرات المعرفية، يتجاوز نمـــوذج التهيئة المعرفية ذلك إلى التأثيرات الوجدانية حيث يقول بتأثير الوسائل الإعلامية علــى اتجاهات الجمهور، ويذهب بعض الباحثين إلى أن "وضع الأولويات يعد وسيطاً معرفياً فى عملية التهيئة المعرفية، فبما أن تركيز وسائل الإعلام على قضية معينة يؤدى إلــى وضعها فى أولويات الجمهور **Agenda Setting**، فإنه يترتب على ذلك أن يولى أفـراد الجمهور هذه القضية أهمية أكبر عند تقييمهم لأداء الحكومة(٢).(*).

وترجع فكرة التهيئة إلى الدليل القاطع فى مجال علم النفس على أن الناس حيـن يصدرون قراراتهم وأحكامهم نادراً ما يعتمدون على كل المعلومات المتاحة لديهم فــهم يتجنبون هذا الإرهاق الذهنى ويميلون إلى الاختزال **Satisficing** وليس إلى الشـــمول **Optimizing**... وعملية الاختزال هذه لا تنطبق فقط على التقييمات السياسية ولكنـــها تمتد إلى عمليات التقييم فى مختلف المجالات، وبالنسبة لتقييم أداء الحكومة فإنه – وفقاً لنظرية التهيئة – يقوم الأفراد باتباع أسلوب الاختزال حيث يعتمدون علــى مجموعـة صغيرة من الموضوعات السياسية قريبة التناول(٣). وتتطلب عملية التهيئــة أن يكـون هناك ارتباط وثيق بين موضوع التقييم وهو الهدف المقصود من عملية التهيئة (تقييـم أداء الحكومة) والقصص الإخبارية التى تمثل المثير نفسه(٤).

فإذا قامت وسائل الإعلام بتغطية القضايا والموضوعـــات المهمــة – فعليـاً – بالنسبة للدولة، فإنها بذلك تكون قد أسهمت فى إرساء العملية الديموقراطية فى المجتمع

(*) حصلت الباحثة على هذه الدراسة من خلال مراسلتها للباحثين عبر الإنترنت.

حيث تمد المواطنين بالمعلومات الضرورية لإصدار أحكام سياسية سليمة(٥).

***الفرض الرئيسى لنظرية التهيئة المعرفية*: Cognitive Priming**

الفرض النظرى:-

تؤثر الأخبار التليفزيونية على المعايير التى يتم من خلالها تقييـــم الحكومـــات والرؤساء والسياسات والمرشحين السياسيين، وذلك من خلال التركـــيز علـــى بعـــض القضايا وإغفال البعض الآخر(٦).

الفرض الإمبريقى:-

كلما زاد تركيز الأخبار التليفزيونية على قضية معينة - أى كلما زادت التهيئـــة المعرفية لقضية معينة - فإن المشاهدين يعتمدون على ما يعرفونه عن هذه القضية فـــى تقييمهم العام للحكومات والرؤساء والسياسات والمرشحين السياسيين(٧).

وهذا يعنى أن التغيير فى معايير التقييم لدى الجمهور يرجع إلى اختلاف محـــور تركيز وسائل الإعلام من فترة لأخرى، وبالتالى فالمشكلة أو القضية التى تركز عليـــها وسائل الإعلام فى فترة معينة تكون أكثر حضوراً فى أذهان الجمهور عند عمل تقييـــم معين، فعلى سبيل المثال، عندما تركز نشرات الأخبار على دور مصر فـــى عمليـــة السلام، فالجمهور سيقيم الحكومة من خلال أدائها فى مجال السياســـة الخارجيـــة، وإذا ركزت الأخبار على إنشاء المشروعات الجديدة فإن الجمهور سيقيم الحكومة من خـــلال إنجازاتها فى هذا المجال.

ووفقاً لهذه النظرية فإن التغطية الإخبارية لقضية ما لاتزيد فقط من تأثير هـــذه القضية، ولكنها تزيد أيضاً من تأثير القضايا المرتبطة بها، كما أنها تقلل أحيانـــاً مـــن تأثير القضايا غير المرتبطة بها(٨).

فعلى سبيل المثال، عندما تركز الأخبار على المشروعات التنموية الجديدة فـــإن ذلك يزيد من تأثيرها على تقييم الجمـــهور لأداء الحكومـــة كمـــا يزيـــد مـــن تـــأثير موضوعات مرتبطة بها مثل: تشغيل الشباب وحل أزمة الإســـكان وزيـــادة معـــدلات الدخل القومى، ولكنه يقلل فى الوقت نفسه من أهميـــة موضوعـــات مثـــل: الرعايـــة

الصحية، ومستوى التعليم، ومعدلات الانحراف فى المجتمع.

وهناك افتراض متضمن فى نظرية التهيئة وهو أن معايير تقييم أداء الحكومـــة تظل ثابتة نسبياً أى أن التغيرات التى تحدث فى تقييم أداء الحكومة ترجع أساساً إلــــى التغير فى الأهمية النسبية التى يوليها المواطنون للاعتبارات المختلفة التى يبنى علــــى أساسها التقييم وليس إلى التغيرات الحقيقية فى هذه الاعتبارات.. أى أن نظرية التهيئـــة تفترض أن التأثير الأساسى لوسائل الإعلام هو التغيـــــير فـــى درجـــة بـــروز هـــذه الاعتبارات والمعايير(٩).

ومن هنا فإن نظرية التهيئة المعرفية تحاول تقديم تفسير شـــامل ومقبـــول مـــن وجهة النظر النفسية لكيفية تكوين المواطنين لتقييماتهم لأداء الحكومة وكيفية تعديلـــــهم لتلك التقييمات.. كما تحاول النظرية دراسة عمليات التغير التى تحـــدث فـــى التـــأييد الشعبى على مستوى المواطن الفرد(١٠).

جذور النظرية فى علم النفس المعرفى :-

تستمد نظرية التهيئة المعرفية **Cognitive Priming** جذورها من علـــم النفـــس المعرفى(١١)، حيث توجد مجموعتان من نظريات الذاكرة الدلالية تفسران عملية التهيئـــة المعرفية، وهما: نظريات الاســــتثارة المنتشـــرة **Spreading Activation Theories** ونظريات الإشارة المركبة **Compound – Cue Theories...** وحديثاً ظهرت نظريـــــة أخرى يعزى إليها عملية التهيئة المعرفية وترتكز على الشبكات التوصيليـــة الموزعـــة **Distributed Connectionist Networks**(١٢).

تطبيق نموذج الإستثارة المنتشرة فى مجال الإعلام:-

بتطبيق هذه الفكرة على المجال الإعلامى نجد أن الأفراد حينمـــا يشـــاهدون أو يقرأون أو يسمعون عن حدث معين فى وسائل الإعلام فإن هذا الحدث، وهذه الأفكـــار بدورها يمكن أن تستثير أفكاراً أخرى مرتبطة دلالياً بها، كما تثير الدوافع الأفراد للقيام بأفعال معينة(١٣). فمثلاً عندما يتعرض الفرد لحملة دعاية انتخابية لمرشح معين فإنـــــه يربط بين مزايا هذا المرشح والامتيازات التى يمكن أن يتمتع بها هـــو إذا فـــاز ذلـــك المرشح، وبالتالى فهو يكّون تقييماً لهذا المرشح وبناءً عليه ينوى التصويت سواء لــــه

أو ضده.

إن رد فعل أفراد الجمهور على الرســـائل التـــى يقرأونـــها أو يســـمعونها أو يشاهدونها عبر وسائل الإعلام يتوقف على أسلوب تفسيرهم لهذه الرســـائل وبالتـــالى على الأفكار التى تمت استثارتها من الذاكرة والتى تكـــون مرتبطـــة بـــهذه الرســـائل الإعلامية[١٤].

وبالنسبة لتطبيق نموذج الاستثارة المنتشرة علـــى مجـــال تشـــكيل الاتجاهـــات وإجراء تقييم للأشياء، نجد أن الاتجاهات داخل الذاكرة هى عبارة عن ارتباطات بيـــن موضوع الاتجاه وتقييم الفرد لهذا الموضوع[١٥]، وتعد شدة العلاقـــة بيـــن الموضـــوع والتقييم المرتبط به هو المحدد الأساسى لاحتمالية ورود التقييم بصورة تلقائية إلى ذهـن الفرد عندما يواجه موضوع الاتجاه[١٦].

ومن الأدلة الواضحة التى تبرهن على وجود عملية الاستثارة المنتشـــرة بيـــن العقد التى تمثل الاتجاهات الأبحاث التى أجريت فى مجال التعبـــير عـــن الاتجاهـــات السياسية حيث وجدت هذه الأبحاث أن تعبير الفرد عن اتجاهه نحو بعـــض القضايـــا السياسية سيزيد من سرعة استجابته لسؤال عن اتجاهه السياسى نحو قضيـــة أخـــرى مرتبطة بتلك القضايا إذا سئل عن اتجاهه هذا فى فترة زمنية متقاربة[١٧].

كيف تتم عملية التقييم ؟

هناك أسلوبان يتم عن طريقهما تقييم الأشياء والموضوعات المختلفة، وهما:-

١. التقييم المؤجل (القائم على الذاكرة) **Memory-Based Judgment**.
٢. التقييم الفورى (الإنطباعى) **On-Line (Impression-Driven)**.

ويتم التمييز بين هذين الأسلوبين بناء على مصـــدر المعلومـــات التـــى تســـتخدم كمدخلات فى عملية التقييم.

أولا: التقييم القائم على الذاكرة (المؤجل) Memory-based Judgment

يفترض هذا الأسلوب وجود علاقة بين الذاكرة والتقييم، وقد أمدتنا أدبيـــات علـــم النفس المعرفى بالعديد من نماذج الذاكرة – التقييم، ويمكن تقسيم هذه النماذج إلى ثـلاث

فئات وفقاً للأولوية السببية سواء كانت للذاكرة أو للتقييم.

أ- نماذج الاستقلال (اللا أولوية) (No Priority) Independence.

ب- نماذج أولوية الذاكرة Memory Causes Judgment.

ج- نماذج أولوية التقييم Judgment Causes Memory.

وتعد الفئة الثانية هى الأكثر انتشاراً، ويعتبر نموذج الإتاحة هو أشـــهر نمـــاذج هذه المجموعة والذى يفترض أن المعلومات المتاحة فى الذاكـــرة هـــى التـــى يبنـــى عليها التقييم.

ثانيا: التقييم الفورى:- On-Line Judgment

ويطلق على هذا النوع أحياناً التقييم الانطباعى Impression-Driven(١٨)، ويطلـق عليه أيضاً التقييم التلقائى Spontaneous حيث عادة ما يصـــدر النـــاس كثـيراً مـــن تقييماتهم تلقائياً دون الانتظار أن تطلب منهم ذلك فى استفتاء للرأى أو غيره.

وتتركز النقطة الأساسية فى فهم نموذج التقييم الفورى حول مفهوم عداد التقييـــم Evaluation Counter أو ماكينة التقييم Judgement Operator حيث يتم تشبيه هـــذه العملية بالماكينة التى تقوم بدمج المعلومات فى الذاكرة العاملة والخروج بتقييم معيـــن فالناس عندما يتعرضون لمعلومات جديدة يستدعون عداد التقييم من الذاكرة ويقومـــون بتحديث التقييم الموجود بالفعل بإضافة المعلومات الجديدة، وبعد ذلك يخزنون التقييـــم بصورته الجديدة فى الذاكرة طويلة المدى ثم يتناسون الجزئيات الفعلية التى كونت هـذا التقييم لتخفيض الأعباء الفكرية عن ذاكراتهم فيما يعرف باسم "الاقتصـــــاد المعرفـــى" Cognitive Economy، وبالتالى فهؤلاء الأفراد تكون لديهم القدرة على أن يقولوا إلـــى أى مدى يحبون أو يكرهون كتاباً معيناً أو فيلماً سينمائياً أو مرشحاً أو سياسة مـــا دون أن تكون لديهم القدرة على ذكر جميع الأسباب بدقة... ويتضح لنا أن التقييـــم الفـــورى أكثر فاعلية من التقييم المؤجل القائم على الذاكرة حيث إن الشـــخص يكّـــون التقييـــم بصورة مباشرة بمجرد أن يتعرض للمعلومات المتعلقة بالتقييم ويقوم بتحديـــث التقييـــم بصورة مستمرة دون الحاجة إلى تخزين كل المعلومات التى يتعرض لها فى الذاكـــرة

طويلة المدى ثم استرجاعها عند الطلب والتفكير فيها لإصدار التقييم[١٩].

ولكن ما هى الظروف التى تؤدى إلى حدوث كل أسلوب من أسلوبى التقييم ؟

إن المتغير الحاسم فى هذه العملية هو هدف الفرد عندما يتعـــرض للمعلومـــات فى البداية؛ فإذا كان – وهذا هو الغالب – الفرد يتعرض للمعلومات بهدف ضمنـــى أو ظاهر يتمثل فى تكوين حكم أو تقييم ما فإن أسلوب التقييم الفورى هو الذى يحدث فـــى هذه الحالة، وعلى الجانب الآخر، إذا كان هدف الفرد هو تذكر أكبر كم ممكـــن مـــن المعلومات كما هو الحال فى بعض الدراسات التجريبية (وإن كان ذلـــك نـــادراً فـــى الظروف الواقعية)، أو يحدث إذا كان الفرد قد تعرض للمعلومات دون هدف محدد فـــى ذهنه وبالتالى فعندما يسأل بعد ذلك عن تقييمه لشئ مرتبـــط بـــهذه المعلومـــات فإنـــه يحاول استرجاع المعلومات التى قد تكون متاحة فى ذهنه عن الموضوع ليبنى عليـــها التقييم[٢٠]، ولذلك فإن أضمن وسيلة للحصول على تقييم مبنى على الذاكرة هو مفاجـــأة الفرد بأن نطلب منه تقييماً جديداً لا يرتبط ولا يحتمل أن يرتبط بتقييم سابق يكون قـــد كونه بالأسلوب الفورى، ولكن ذلك صعب التحقيق فى الواقع الفعلى.

وبالتطبيق على موضوع الدراسة، نجد أن تقييم الأفراد لأداء الحكومة يتم فـــى الغالب بالأسلوب الفورى، حيث إنه مع الوقت كلما يلتقط الأفراد معلومات جديدة عـــن الحكومة فإن ذلك يستثير لديهم صفات معينة وبالتالى سيكوّنون استنتاجات معينة عـــن أدائها مما يؤدى إلى تطوير تدريجى لتقييم أداء الحكومة.

المفاهيم الأساسية للنظرية:-

(١) البروز :- Salience

البروز Salience هو أن تشغل قضية ما النصيب الأكبر من المصادر الإعلامية المتاحة على الساحة العامة **Public Arena** خلال فترة زمنية محـــددة وتســـمى هـــذه القضية **Issue Regime** أى القضية المسيطرة.

والساحة العامة: Public Arena هى إجمالى القنوات والبرامج والأجهزة التى يتم من خلالها التناول العام للقضايا السياسية العامة والأحداث المتعلقة بصنع السياسة.

وهناك معياران إجرائيان يجب توفرهما فى القضية لتكـون قضيـة مسـيطرة Issue Regime وهما:-

(أ) أن تشغل القضية النصيب الأكبر من التغطية الإعلامية مقارنة بغيرهـــا من القضايا.

(ب) أن تعتبرها النسبة الكبرى من الجماهير القضية (أو المشكلة) الأكثر أهمية التـــى تواجه الدولة مقارنة بغيرها من القضايا(٢١).

وقد أثبتت الدراسات فى مجالى علم النفس والإعلام السياسى أن الاتجاهات التى يعبر عنها الأفراد فى استقصاء الرأى تعكس الأفكار الموجودة فـــى مقدمـــة أذهانـــهم لحظة الإجابة، وتلك الأفكار بدورها تعكس المعلومات الأكثر بروزاً فى تلك المرحلـــة الزمنية(٢٢) وهى التى تركز عليها وسائل الإعلام.

وبالنسبة للقضايا السياسية، فإن القضية التى تفشل فى الوصول إلـــى أولويـــات الرأى العام (عن طريق وسائل الإعلام)، لا يحتمل أن تكون معياراً مهماً فى التقييـــم، بغض النظر عن أهمية هذه القضية بالنسبة للفرد(٢٣). فعلـــى ســـبيل المثـــال: قضيـــة الرعاية الصحية داخل المستشفيات قضية مهمة ولكن عدم تركيز وسائل الإعلام عليـــها فى كثير من الأوقات لا يجعلها ضمن أولويات الرأى العام عند تقييم الحكومة.

وقد اعتبر عامل البروز لفترات طويلة - ولا يزال - عاملاً جوهرياً فى تفســير تأثيرات القضايا على التقييمات السياسية(٢٤).

العوامل المؤثرة على إحداث تأثير البروز:

أ- طبيعة القضية: هل القضية تهم قطاعاً كبيراً من الناس أم قطاعاً محـــدوداً ؟ هـــل القضية قديمة أم حديثة الظهور ؟

ب- طبيعة الأحداث الأخرى المحيطة بالقضية البارزة: فإذا كانت الأحداث المحيطـــة أقل أهمية فإن ذلك يزيد من تأثير القضية البارزة.

ج- حجم وطبيعة التغطية الإخبارية للقضية.

د- الأهمية المدركة للقضية.

٢- إمكانية الاسترجاع: Accessibility

يعرف مفهوم إمكانية الاسترجاع بأنه مدى الاستعداد لاسترجاع بناء مختزن فـى الذاكرة، ومدى احتمال استخدامه فى معالجة المعلومات، ويوجد، حديثاً، اتجاه مـــتزايد لاستخدام مصطلحى (إمكانية الاسترجاع) Accessibility و (الإتاحـــة) Availability بصورة متبادلة، وإن كان هناك فرق واضح بينهما وهو أن (إمكانية الاسترجاع) تشـير إلى الاستعداد لاسترجاع بناء مختزن فى الذاكرة واستخدامه فى معالجة المعلومـــات، بينما (الإتاحة) يقصد بها تواجد بناء معين فى الذاكرة[٢٥]، فتركيز وسائل الإعلام علـى قضايا سياسية معينة، يزيد من إمكانية استرجاع Accessibility أفكار معينـــة يعتمـد عليها الأفراد فى إصدار تقييماتهم السياسية[٢٦].

كذلك فإن تغطية وسائل الإعلام لمشكلة معينة تمد الجمهور بمعلومـــات تكـون أكثر حضوراً فى الأذهان لحداثتها بالإضافة إلى ذلك فإن هذه التغطية تدفع الجمـــهور لاسترجاع المعلومات التى عرفوها قبل ذلك عن المشكلة، وبالتالى فإن المعلومات التى تم اكتسابها مؤخراً وتلك التى اكتسبت فى وقت سابق تصبـــح حـــاضرة فـــى الذهـــن وبالتالى أكثر تأثيراً[٢٧].

٣- مفهوم النغمة الغالبة (الرسالة الأساسية): The Big Message

فى كل قضية مسيطرة تكون هناك نغمة أو تيمة غالبة والتى يمكن تسميتها مـــن وجهة نظر إقناعية "الرسالة الأساسية" ...Big Message ويميل أفراد الجمهور العــــام إلى التقاط النغمة التقييمة الغالبة من إجمالى التغطية الإعلامية لأى قضيـــة مســـيطرة، وذلك بدلاً من القيام بالتحرى الدقيق وتحليل ما يرد بوسائل الإعلام[٢٨].

ويتشابه هذا المفهوم مع مفهوم الاتجاه السائد Mainstream فى نظرية الغـــرس الثقافى، والذى يشر إلى أن التليفزيون يغرس رؤى عامة بين المشاهدين حيث يمتـــص وجهات النظر المتعارضة ويخلق بدلاً منها وجهات نظر متقاربة تمثل اتجاهـــاً ســـائداً بين الناس[٢٩].

وتعد الزيادة فى درجة بروز قضية معينة، وبروز النغمـــة الغالبـــة المرتبطـــة بالقضية عاملين مهمين فى تشكيل الآراء والأحكام حول الحكومة وأدائها حيث تخضـــع

هذه الآراء والأحكام لميكانيزم التهيئة المعرفية[٣٠].

٤- مفهوم النسبة:- Attribution

يرجع مفهوم النسبة إلى نظرية النسبة Attribution فى علم النفس الاجتمــاعى، والتى تمدنا بتفسير لكيفية قيام الأفراد بتفسير المواقف المحيرة التى يواجهونـــــها فـــى حياتهم اليومية[٣١]، أى كيف يرجعون هذه المواقف إلى أسباب محددة.

ويرى كيلى (١٩٧٢) Kelley أن الشخص الناضج لديه مخـــزون كبـــير مـــن الأفكار المجردة المتعلقة بعمل وتفاعل العوامل السببية، وهذه الأفكـــار تســاعد علـــى إجراء تحليلات سريعة للمعلومات المتاحـــة لديـــه لنســـبة الأحـــداث إلـــى أســـبابها الرئيسية[٣٢]ويتم تقسيم مستويات المسئولية إلى:

أ- حالة الإسقاط Discounting Condition: هى الحالة التى يتم فيها نسبة المســـئولية عن الأحداث إلى قوى وعوامل أخرى غير الحكومة (أى حالة إسقاط المســـئولية عن الحكومة).

ب- حالة اللا أدرى Agnostic Condition: هى الحالة التى لا يتم فيها الإشـــارة إلـــى الجهة المسئولة عن الأحداث.

ج- حالة التضخيم Augmentation Condition: هى الحالة التـــى يتـــم فيـــها نســـبة المسئولية كاملة إلى الحكومة[٣٣].

ويلاحظ أن التغطية الإخبارية التى تغفل الإشارة إلى مدى مســـئولية الحكومـــة تخلق لدى الجمهور نوعاً من الشك وعدم التيقن من مستوى الأداء الحكومى ودرجـــة كفاءته[٣٤].

٥- مفهوم الملاءمة:- Relevance

المقصود بالملاءمة هو الملاءمة بين موضوع القصص الإخباريـــة التـــى يتـــم التعرض لها والهدف موضع التقييم، فقصة إخبارية عن افتتاح الحكومة لمشـــروعات تنموية جديدة أكثر ارتباطاً بأداء الحكومة، ولذلك قد نجد ارتباطاً بين تقييم هذا الحـــدث والتقييم العام لأداء الحكومة ولكن ينخفض هذا الارتباط بعض الشئ إذا كـــان الـــهدف

تقييم كفاءة أفراد الحكومة، وينخفض أكثر إذا كان الهدف موضع التقييم هو أخلاقيـــات أفراد الحكومة، والكفاءة والأخلاقيات هى خصائص شخصية لأعضاء الحكومة ترتبـط بالأداء(٣٥).

وقد وجدت الدراسات أنه فى كل حملة دعاية انتخابية يكـــون التركـيز علـى الخصائص الشخصية للمرشحين، حتى لو ركزت الحملة على قضايا فإنها تتناول هـذه القضايا من منطلق ما تبرزه هذه القضايا من خصائص الشخصيات المرشحة(٣٦).

فرضيات النظرية:-

(١) فرضية إمكانية الاسترجاع:- The Accessibility Hypothesis

كلما زادت إمكانية استرجاع تقييم الأداء الخاص بقضية ما فى ذاكرة الفرد، زاد تأثير هذا التقييم على تقييم الأداء العام(٣٧).

(٢) فرضية الملاءمة:- The Relevance Hypothesis

إن تأثير التهيئة المعرفية Cognitive priming يكون قوياً فى حالة تقييـم الأداء العام للحكومة، ومتوسطاً فى حالة الحكم على كفاءة أفراد الحكومة، وضعيفاً فى حالـة الحكم على أخلاقيات أفراد الحكومة(٣٨).

(٣) فرضية المسئولية:- The Responsibility Hypothesis

كلما فسرت التغطية الإخبارية التليفزيونية الأحداث باعتبارهـــا نتـاج أعمـال الحكومة، زاد تأثير هذه التغطية على تقييم الجمهور لأداء الحكومة(٣٩).

ووفقاً لهذه الفرضية فإن تأثير التهيئة المعرفية Cognitive Priming يتحدد وفقاً لمستويات المسئولية حيث يكون ضعيفاً فى حالة الإســقاط Discounting Condition وهى الحالة التى يتم فيها نسبة المسئولية عن الأحداث إلى قوى وعوامل أخرى غـير الحكومة، ويكون تأثير التهيئة المعرفية متوسـطاً فـى حالـة الـلا أدرى Agnostic Condition وهى الحالة التى لا يتم فيها الإشارة إلى الجهة المسئولة عـن الأحـداث، بينما يكون التأثير قوياً فى حالة التضخم Augmentation Condition وهى الحالة التى يتم فيها نسبة المسئولية كاملة إلى الحكومة(٤٠).

متغيرات النظرية:-

هناك منظوران أساسيان لتفسير تأثير متغيرات التعرض والمعرفـــة السياســية والاهتمام السياسى، وتمثل هذه المتغيرات الأبعاد الثلاثة للانغماس السياسى، وهى أكثر المتغيرات التى تم قياسها فى دراسات التهيئة المعرفية، ولذلك كانت محور اهتمام كــلا المنظورين.

المنظور الأول: منظور (الجرعة – المقاومة) التقليدى:-

The Traditional Dosage-Resistance Perspective:

وهذا المنظور يؤيده علماء السياسة الأمريكيون من خلال أبحاثهم الإمبيريقيـــة فى الرأى العام منذ خمسينيات القرن العشرين، ويفترض هذا المنظور أنه يمكننا فـــهم تأثير وسائل الإعلام من خلال عاملين منظمين **Regulatory Factors** وهما: الجرعـة والمقاومة(٤١)، والمقصود بالجرعة هو ناتج اتحاد عاملى التعرض للمادة الإخبارية فـى وسائل الإعلام ودرجة الاهتمام السياسى(٤٢).

وتنتمى نماذج (الجرعة – المقاومة) إلى نظريات الإقناع المباشر، وتنص علـى أن درجة التعرض لمصادر المعلومات السائدة تختلف بصورة كبيرة من فرد لآخـــر، كما تختلف عبر الفترات الزمنية المختلفة(٤٣).

المنظور الثانى: المنظور النفسى الحديث:-

The Contemporary Psychological Perspective:-

وهذا المنظور تؤيده الأبحاث الحديثة فى مجال علم النفس الاجتماعى والمعرفـى والمتعلقة بالذاكرة وتمثيل المعلومات، ويفترض هذا المنظور أن تأثير التهيئة المعرفيـة يكون ضعيفاً بين الأفراد الأكثر تعرضاً واهتماماً بالسياسة، بينما يكون قوياً بين الأفراد ذوى مستويات المعرفة السياسة المرتفعة عنه بين ذوى مستويات المعرفـــة السياســية المنخفضة(٤٤).

متغير التعرض لوسائل الإعلام:- Media Exposure

هل العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام وتأثير التهيئة المعرفية علاقة إيجابيـــة

أم سلبية ؟ يوجد منظوران للإجابة عن هذا السؤال:

المنظور الأول:

يرجع كل من إينجار وكـايندر (١٩٨٧) Iyengar & Kinder تـأثير التهيئـة المعرفية إلى عامل التعرض بصورة مباشرة، حيث يعتبران محتوى وسـائل الإعـلام هو السبب المباشر فى إحداث هذا التأثير، وعلى هـذا الأسـاس، فكلمـا زاد معـدل التعرض للتغطية الإخبارية للقضية المسيطرة Issue Regime، زادت عمليـة التهيئـة المعرفية أى زادت درجة استثارة العناصر الفكرية المرتبطة بالقضية(٤٥).

ويمكن تبرير هذا الرأى بأن كثيفى التعرض للوسائل الإعلامية سيكونون مـن الحساسية بحيث يمكنهم ملاحظة بروز رسالة جديدة فى بدايـة انتشـارها وملاحظـة المدلول الذى تحمله الرسالة، وبالتالى فهؤلاء الأفـراد سـيبادرون بتحويـل محـور اهتمامهم من قضية أصبحت فى مرحلة الانحسار إلـى قضيـة جديـدة آخـذة فـى البروز(٤٦).

وبهذا فإن زيادة التعرض للقصص الإخبارية التى تتناول مشكلة معينة يزيد مـن الأهمية التى يوليها الجمهور لهذه المشكلة، ويترتب على ذلك أنـهم قـد يقـررون أن يمنحوا هذه المشكلة وزناً أكبر عند تقييمهم لأداء الحكومة، وهم قد يفعلون ذلـك عـن وعى أو دون وعى(٤٧).

<u>المنظور الثانى:-</u>

يرى كروسنيك وبرانون (١٩٩٣) Krosnick and Brannon أن الأفـراد ذوى معدلات التعرض المنخفضة يظهر عليهم تأثير التهيئة المعرفية بصورة أكـبر لأنـهم يلتقطون فقط الرسالة الأساسية أو النغمة الغالبة Big Message من الوسائل الإعلاميـة دون الإلتفات إلى التفاصيل، ويميل هؤلاء الأفراد إلى إصدار أحكامهم عندمـا يطلـب منهم ذلك من خلال استرجاعهم لهذه المعلومات القليلة التى تشكل النغمة الغالبـة Big Message (أى أنهم يعتمدون فى إصدار أحكامهم وعمل تقييماتهم للأشياء على الذاكـرة Memory-Based Judgment وليس على الأسلوب الفـورى On-Line Judgement الذى تكون فيه الأحكام جاهزة فى أذهانهم(٤٨).

ويتعارض رأى كروسنيك وبرانون Krosnick & Brannon مع مفهوم الرسالة الأساسية الذى يقول بأن التعرض المتكرر لوسائل الإعلام هو الذى يساعد على إبراز هذه الرسالة.

المتغيرات الوسيطة:-

يعتمد تأثير التهيئة المعرفية على كل من أسلوب تقديم الأخبار وسمات الجمهور[٤٩].

ولهذا يوجد نوعان من المتغيرات الوسيطة:-

النوع الأول: هو المتغيرات الخاصة بالرسائل مثل كثافة الرسالة Message Intensity حيوية الرسالة Vividness، انتشار الرسالة Pervasiveness، وسهولة فهم الرسالة Ease of Comprehension، ودرجة تحيز الرسالة[٥٠]. Degree of Partisanship، وإطار تغطية الأخبار، وإذا ما كانت الأخبار تنسب مسئولية الحدث إلى الحكومة أو إلى أى جهة أخرى.

النوع الثانى: هو المتغيرات الخاصة بالجمهور: الانغماس السياسى Political Involvement المعرفة السياسية (الخبرة) (Political Knowledge (expertise، الاهتمام السياسى Political Interest، التعصب Partisanship، الانتماء الحزبى Party Identification، الثقة فى الوسيلة Media Trust، المتغيرات الديموغرافية، مستوى الذكاء، تقدير الذات.

الدراسات السابقة:

تم تقسيم الدراسات السابقة وفقاً لمتغيرات النظرية على النحو الآتى:

متغير التعرض:-

أيدت معظم الدراسات اتجاه (الجرعة - المقاومة) التقليدى حيث توصلت نتائجها إلى وجود علاقة طردية بين حجم التعرض وتأثير التهيئة المعرفية، ويتضح ذلك من عرض الدراسات التالية التى تنقسم من حيث منهجها إلى دراسات تجريبية ودراسات مسحية:

الدراسات التجريبية:-

- فى دراسة لديفيد دومك David Domke وآخرين (١٩٩٨) استهدفت التعرف على تأثير التعرض لقضايا أخلاقية وجد الباحثون أن الأفراد الذين تم تعريضهم لقضيـة تحمل دلالات اجتماعية – أخلاقية مثل: الإجهاض أو القتل الرحيم زاد اهتمامـــهم بالنواحى الأخلاقية عند تقييمهم للمرشحين السياسيين، كمـــا وجـــد البـــاحثون أن تعرض المبحوثين لقضية غامضة تم صياغتها فى إطار أخلاقـــى مثـــل: قضيـــة الرعاية الصحية جعلهم يميلون إلى صياغة تفسيرات أخلاقية لقضايا مادية بعيـــدة عن الإطار الأخلاقى على عكس الأفراد الذين لم يتعرضوا لقضية مصاغـــة فـــى إطار أخلاقى(٥١).
- وفى دراسة لشانتو إينجار Shanto Iyengar (١٩٩٨) لمعرفة تـــأثير التعـــرض للأخبار التليفزيونية المحلية (والتى تركز على أخبار الجريمة فى المقـــام الأول) وجد أن المشاهدين أصبحوا أكثر اعتماداً على آرائهم ومعتقداتهم عن الجريمة عند تشكيل اتجاهاتهم السياسية بصفة عامة(٥٢).
- وفى دراسة جوان ميللر وجون كروســنيك Joanne Miller & Jon Krosnick (١٩٩٨)، وجدا أن تعرض المبحوثين (بلغ عددهم ٢٨٦ وتراوحت أعمارهم بيـــن ١٧-٣٥ عاماً) لموضوعات تعاطى المخدرات والهجرة جعلـــهم يتـــأثرون بـــهذه الموضوعات عند تقييمهم للأداء العام للرئيس بيل كلينتون(٥٣).
- وقد أجرى جوان شلودر Joanne Schleuder وآخرون (١٩٩١) أربع دراســـات تجريبية لقياس تأثير التعرض على عملية التهيئة المعرفية، وقـــد أجريـــت هـــذه التجارب خلال العشرين يوماً السابقة على الانتخابات الرئاسية الأمريكيـــة لعـــام ١٩٨٨ على ١٧٦ مبحوثاً منهم ١٣٤ طالب جامعى والباقون ينتمـــون لمنظمـــات اجتماعية فى ولاية تكساس، وقد وجد الباحثون فى التجربـــة الأولـــى أن تـــأثير التهيئة المعرفية أكبر بالنسبة للأفراد الذين تعرضوا لقصص إخبارية عن المرشـــح دوكاكس Dukakis عن المجموعة الضابطة التى لم تتعرض لهذه القصص، ولكن لم تظهر هذه النتيجة فى التجربة الثانية التـــى تعـــرض فيـــها المبحوثـــون فـــى

المجموعة التجريبية لأربع قصص عن الرئيس بوش، ويرجـــع البـــاحثون هـــذه النتيجة إلى أن الحملة الانتخابية لبوش ركزت على المقارنة بينه وبين دوكـــاكس، ومن ثم فإن التعرض لقصص إخبارية عن بوش استثار لدى المبحوثين معلوماتهم عن دوكاكس، وفى التجربة الثالثة أثر التعرض لقصص إخباريـــة عـــن القـــدرة القيادية للمرشحين إلى زيادة التهيئة المعرفية الخاصـــة بقضايـــا مرتبطـــة بـــهذا الموضوع، وفى التجربة الرابعة كان التعرض لقصص إخبارية عن الاقتصاد أثـــر فى زيادة التهيئة المعرفية للقضايا الاقتصادية(٥٤).

الدراسات المسحية :-

- فى دراسة زونجدانج بان وجـــيرالد كوســـيكى (١٩٩٧) Zhongdang Pan & Gerald Kosicki التى استهدفت التعرف على تأثير التحول من التركـــيز علـــى قضية معينة (أزمة الخليج) إلى قضية أخرى (الركود الاقتصـــادى) علـــى تقييـــم الجمهور لأداء الرئيس جورج بوش، وجد الباحثان علاقة بيـــن ارتفـــاع معـــدل التعرض لوسائل الإعلام وارتفاع معدلات التأييد للرئيس أثناء حرب الخليج، كمـــا وجدت الدراسة علاقة بين ارتفاع معدلات التعرض لوسائل الإعـــلام وانخفـــاض معدلات التأييد له أثناء فترة الركود الاقتصادى، فبعد أن كان الرئيس بـــوش مـــن أكثر الرؤساء شعبية على مستوى استطلاعات الرأى أصبح يعانى نكســـة كبـــيرة أثرت على استمراره فترة رئاسة تالية فى البيت الأبيض(٥٥).
- وعن تأثير التعرض للتغطية الإخبارية لأزمة الخليج على شعبية الرئيس جـــورج بوش، وجد كل من شانتو إينجار وآدم سيمون (١٩٩٣) أن هذه التغطية الإخباريـــة أدت إلى تغيير المعيار الذى تبنى عليه شعبية الرئيس بوش من حالـــة الاقتصـــاد الوطنى إلى أمور السياسة الخارجية فقد أدى تقييم المبحوثين الإيجابى لدور بـــوش فى السياسة الخارجية إلى زيادة اتجاهاتهم الإيجابية عن الرئيس بشكل عام حيـــث كانت درجة التأييد له قبل الأزمـــة ٦٤% وارتفعـــت إلـــى ٧١% مـــع تغطيـــة الأزمة(٥٦).
- وفى الدراسة التى قام بها روبرت جوبرت Robert Gobert وآخـــرون لمعرفـــة

تأثير الدعاية الانتخابية الرئاسية (١٩٩٢) والتى ركزت على الركود الاقتصـــادى فى عهد الرئيس جورج بوش، وجد الباحثون أن ارتفاع معدلات التعرض تزيـــد من تأثير التهيئة المعرفية أى أنها جعلت المواطنين يعطون الوضـــع الاقتصـــادى أهمية أكبر عند تقييمهم للرئيس بـــوش ومقارنتـــه بمنافســـه الديمقراطـــى بيـــل كلينتون(٥٧).

- فى الدراسة التى أجراها جون كروسنيك ودونالد كايندر (١٩٩٠) (علـــى عينـــة عشوائية بلغ عددها ٢١٧٦ مبحوثاً فى سن الانتخاب) وحاولا فيها التعرف علـــى أثر فضيحة (إيران – كونترا)(*) على التأييد الشعبى للرئيسى الأمريكـــى رونـــالد ريجان، وجدا أن التعرض للتغطية الإخبارية التى ركزت على الفضيحة كان لـــه تأثير سلبى على تقييم المبحوثين للرئيس، وقد كان الارتباط بين التركيز على هـــذه الفضيحة وتقييم المبحوثين للأداء العام للرئيس أكبر من الارتباط بين التركيز على الفضيحة وتقييمهم لشخصية الرئيـــس، وهـــذا مـــا تقولـــه فرضيـــة الملاءمـــة Relevance(٥٨).
- وفى دراسة مسحية أجراها ماتيو ميندلســون Matthew Mendelsohn لمعرفـــة تأثير التعرض لحملة الانتخابات فى كندا (١٩٨٨)، وجـــد أن الأكـــثر تعرضـــاً لوسائل الإعلام كانوا يميلون إلى التصويـــت بنـــاء علـــى تقييمـــهم لشـــخصيات المرشحين وليس بناء على انتماءات المرشحين الحزبية، ويرجع ميندلسون الســـبب فى ذلك إلى تركيز وسائل الإعلام فى كندا على شخصيات المرشحين حتى عنـــد تناولها لقضية معينة(٥٩).
- وفى دراسة أخرى على الانتخابات نفسها أجراها بلايز جونسون Blais Johnson

---

(*) فضيحة (إيران – كونترا) تضمنت صفقة سرية لبيع السلاح لإيران أثناء الحـــرب العراقيـــة – الإيرانية رغم وجود قانون أقره الكونجرس بمنع قيام الولايات المتحدة ببيع الأسلحة للدول التـــى ترعى الإرهاب، وكان هدف الرئيس رونالد ريجان من ذلك قيام إيران بمساعدته فـــى الإفـــراج عن الرهائن الأمريكيين لدى حزب الله الشيعى فى لبنان، وقد استغل ريجان أموال الصفقة فـــى تمويل عملية الإطاحة بالحكومة فى نيكاراجوا.

وآخرون وجدوا أن تعرض الجمهور لوسائل الإعلام خلال فترة الحملة الانتخابيـة التى ركزت على قضية اتفاقية التجارة الحرة بين كندا والولايات المتحـدة جعـل هؤلاء الأفراد يصدرون قرارهم الانتخابى بالتصويت لأحد المرشحين دون الآخـر بناء على تقييمهم لموقف كل مرشح من القضية، أى أن هذه القضيــة أصبحـت معياراً لتقييم المرشحين الذين تسابقوا لتوضيح موقفهم من القضية(١٠).

- وعن تأثير التركيز على أحداث مهمة مثل: الحروب على شعبية بعض الرؤســاء، وجد جون مولر **John Mueller** أن الحرب الكورية كان لها تأثير سـلبى كبـير على شعبية الرئيس ترومان، بينما وجد أن حرب فيتنام لم يكن لها تأثير على تقييم الرئيس جونسون ويرجع ذلك إلى أن الرئيس ترومان لم يكن قادراً علــى إبعـاد الحرب عن الصراعات الحزبية(١١).

- وبالرغم من اتفاق جميع الدراسات التى تم عرضها على وجود علاقة طردية بيـن حجم التعرض وتأثير التهيئة المعرفية إلا أن هناك دراسة واحدة لجون كروسـنيك ولورا برانون (١٩٩٣) توصلت إلى عكس هذه النتيجة فقد حاولا التعرف علـــى تأثير حرب الخليج على تقييم الأمريكيين لأداء الرئيس بوش، ووجـدوا ارتفاعـاً كبيراً فى معدلات تأييد الرئيس بعد الحرب، ولكن هذا التأثير ينخفض مع ارتفـاع معدلات التعرض(١٢). ويمكن تفسير اختلاف نتيجـة كروسـنيك وبرانـون بـأن الدراسة تم إجراؤها بعد عدة شهور من انتهاء الحرب والتغطيـة المكثفـة لـها، وبالتالى فإن الأفراد كثيفى التعرض للأخبار تعرضوا لموضوعات أخـرى بعـد الحرب أدت إلى تخفيف تأثير التهيئة المعرفية الذى أحدثته الحرب بينما الأقل فـى معدلات التعرض للأخبار لم يتعرضوا بالدرجة نفسها لهذه الموضوعـات فظـل تأثير الحرب قائما فى أذهانهم.

المتغيرات الوسيطة:-

١- متغير المعرفة السياسية: Political Knowledge Variable

اختلفت الدراسات حول تأثير متغير المعرفة السياسـية علـى عمليـة التهيئـة المعرفية، وذلك على النحو الآتى:

- فى دراسة جون كروسنيك ودونالد كايندر (١٩٩٠) Jon Krosnick & Donald Kinder التى استهدفت التعرف على أثر فضيحة (إيران – كونترا) على التـــأييد الشعبى للرئيس الأمريكى رونالد ريجان، توصلاً إلى أن التأثير السلبى للفضيحـــة على تقييم المبحوثين للرئيس الأمريكى كان أكثر ظهوراً فى تقييم ذوى المستويات المنخفضة فى المعرفة السياسية عنه فى تقييم ذوى المســـتويات المرتفعـــة فـــى المعرفة السياسية(٦٣).
- وفى دراسة شانتو إينجـــار وآخريـــن (١٩٨٤) Shanto Iyengar et al. التـــى استهدفت معرفة تأثير تعرض مجموعات من الجمهور العام لمشكلة معينة علـــى معايير تقييم الرئيس الأمريكى، وجد الباحثون أن تأثير التغطية الإخبارية لمشـــكلة معينة على معايير تقييم الرئيس أكثر ظهوراً بين الأفـــراد الأقـــل فـــى مســـتوى المعرفة السياسية عنه بين الأفراد الأعلى فى مستوى المعرفة السياسية(٦٤).

وتتفق النتائج السابقة مع منظور (الجرعة – المقاومة) التقليـــدى الـــذى يقـــول بوجود علاقة عكسية بين مستوى المعرفة السياسية وتأثير التهيئة المعرفية.

ولكن هناك دراسات أخرى اختلفت نتائجها مـــع المنظـــور التقليـــدى وأيـــدت المنظور النفسى الحديث، ويتضح ذلك فيما يلى:–

- فى دراسة جون كروسنيك ولورا برانـــون (١٩٩٣) Jon Krosnick & Laura Brannon عن تأثير حرب الخليج على تقييم الرئيس الأمريكى جورج بوش، وجد الباحثان أن هناك علاقة طردية بين مستوى المعرفة السياســـية وتـــأثير التهيئـــة المعرفية(٦٥)، وقد أكد الباحثان هذه النتيجة فى دراسة أخرى لهما على الموضـــوع نفسه(٦٦).

وقد تم تفسير هذه النتيجة فى ضوء ما يلى:

١. إن حرب الخليج كانت قضية جديدة مثيرة وقصيرة نسبياً فى الفترة الزمنية التـــى شغلتها، وفى هذه الحالات فإن الأكثر معرفة سياسية يكون لديـــهم مـــن الإطـــار المعرفى ما يؤهلهم لتخزين واسترجاع المعلومات الجديدة، بينمـــا فـــى القضايـــا القديمة دائمة الحدوث مثل: الاقتصاد، فإنه حتى ذوى مستويات المعرفة المتوسـطة

يكون لديهم إطار معرفى يؤهلهم لتخزين واسترجاع المعلومات الجديدة، وبالتـــالى فإن النتائج التى وجدها كروسنيك وبرانون (١٩٩٣) قد لا تظهر فـــى دراســات أخرى تتناول أحداثاً اقتصادية مثلاً.

٢. معظم دراسات التهيئة المعرفية ركزت على أحداث قريبة الحدوث، بينما الفجـــوة الزمنية بين حرب الخليج وانتخابات ١٩٩٢ التى أجريت خلالها الدراســـة كـــانت كبيرة نسبياً مما جعل الأكثر معرفة هم الأكثر قدرة على استرجاع المعلومات التى قدمتها وسائل الإعلام وبالتالى ظهر عليهم تأثير التهيئة المعرفية بصورة أكبر[٦٧].

ولكن هناك دراسات أخرى توصلت إلى النتيجة نفســـها التـــى توصـــل إليـــها كروسنيك وبرانون رغم أنها طبقت على موضوعات أخرى، ومن هذه الدراسات:-

- الدراسة التجريبية التى أجراها كل من جوان ميللر وجـــون كروســـنيك (١٩٩٨) Joanne Miller & Jon Krosnick حيث قاما بتقسيم المبحوثين إلى مجموعـــات بعضها تعرض لقصص إخبارية ركزت على قضية الهجرة وبعضـــها تعـــرض لقصص إخبارية ركزت على قضية تعاطى المخدرات، وقد وجـــد الباحثـــان أن تأثير التهيئة المعرفية كان أكبر بين الأفـــراد الأعلـــى فـــى مســـتوى المعرفـــة السياسية[٦٨].

وقد توصل الباحثان أيضاً إلى النتيجة نفسها فى دراسة تجريبية أخرى (١٩٩٨) حيث قاما بتقسيم المبحوثين إلى مجموعات ركـــزت علـــى موضوعـــات التلـــوث أو الجريمة أو البطالة[٦٩].

وفى دراسة تجريبية قام بها ديفيد دومك وآخرون (١٩٩٨) David Domke et al. للمقارنة بين تأثيرات التهيئة المعرفية على مجموعتين، المجموعة الأولى تكونـــت من أفراد من الطائفة الإنجيلية (تتمتع بمستوى مرتفع من المعرفة السياسية) ومجموعـة من طلاب الجامعة (لديها مستوى أقل من المعرفة السياسية)، وجد الباحثون أن تـــأثير التهيئة المعرفية أقوى فى المجموعة الأولى أى أن هناك علاقة طردية بيـــن مســـتوى المعرفة السياسية وتأثيرات التهيئة المعرفية[٧٠].

وقد تأكدت النتيجة نفسها فـــى دراســـة روبـــرت جويـــدل وآخريـــن (١٩٩٧)

Robert Goidel et al. حيث وجدوا أن المبحوثين ذوو مستويات المعرفـة السياسـية المرتفعة أكثر تأثرا بالرسائل السلبية عن الاقتصاد، وبالتالى فإنهم عـارضوا سياسـة الرئيس بوش الاقتصادية، وذلك على عكـس المبحوثيـن ذوى مسـتويات المعرفـة المنخفضة، ويرجع السبب فى ذلك إلى أن الأقل معرفة كـانوا متفـائلين بخصـوص الظروف الاقتصادية لأنهم أقل تعرضاً للرسائل الإعلاميـة التـى تتنـاول الظـروف الاقتصادية وبالتالى لم يتأثروا بمحتواها، وهناك سبب آخر وهو أن الأقل معرفة أكـثر تأثراً بدورة العمل السياسى[*] Political Business Cycle وبالتالى فإنهم كـانوا أكـثر تفاؤلا بخصوص ظروفهم الاقتصادية الخاصة والظروف الاقتصادية العامة فى الفـترة السابقة على الانتخابات ومن ثم كانوا أكثر ميلاً إلى التقييم الإيجـابى للرئيـس بـوش وخاصة إذا كانوا ينتمون لحزبه[٧١]

وعلى عكس جميع النتائج السابقة سواء تلك التى أيدت المنظور التقليدى أو التى أيدت المنظور النفسى الحديث، وجد جون كروسنيك ولـورا برانـون (١٩٩٣) Jon Krosnick & Laura Brannon عند إعادة تحليل بيانات دراسة فضيحـة (إيـران - كونترا) أنه لا توجد علاقة بين مستوى المعرفة السياسية والتهيئـة المعرفيـة، وهـذه النتيجة تختلف مع النتيجة التى كان قد توصل إليها جون كروسنيك فى دراسـته مـع كايندر (١٩٩٠) حيث كانت العلاقة سلبية، ويرجع كروسنيك اختلاف النتيجة إلى أنهما (كروسنيك وكايندر) تجاهلا تأثير التعرض والاهتمام السياسى ودرسـوا فقـط تـأثير المعرفة السياسية، ولكن عند إعادة التحليل تم ضبط تأثير متغيرى التعرض والاهتمـام فلم يجد تأثيراً لمتغير المعرفة السياسية على عملية التهيئة المعرفية[٧٢].

٢- متغير الاهتمام السياسى: Political Interest

اختلفت الدراسات حول تأثير متغير الاهتمام السياسـى علـى عمليـة التهيئـة المعرفية، ويتضح ذلك من الدراسات التالية:-

---

(*) تفترض نماذج دورة العمل السياسى Political Business Cycle Models أن التوقعات المتعلقـة بتحسن الأوضاع الاقتصادية تزداد قبيل انتخابات الرئاسة. لمزيد من التفاصيل أنظر
Motoshi Suzuki (1992) Political Business Cycles in the Public Mind" American Political Science Review vol 86 no 4 p 989

- فى دراسة روبرت جويدل وآخرين (١٩٩٧)، وجد الباحثون أن الأكثر اهتمامـــا سياسياً كانوا أكثر تأثراً بالتغطية الإخبارية للأزمة الاقتصادية فى عـــهد الرئيـس جورج بوش، ومن ثم كانوا أكثر معارضة له وأكثر تأييداً للمرشـــح الديمقراطـــى بيل كلينتون فى انتخابات (١٩٩٢) أى أن العلاقة كانت طرديـــة بيـن مسـتوى الاهتمام السياسى وعملية التهيئة المعرفية[٧٣].

وتتفق هذه النتيجة مع منظور (الجرعة – المقاومة) التقليدى الذى يقـــول بـأن الأكثر اهتماماً هم الأكثر تعرضاً وبالتالى أكثر تأثراً.

وتختلف النتيجة السابقة مع النتائج التى توصل إليها كل من جـــون كروســنيك ولورا برانون فى دراستهما، حيث توصلا فى دراسة لهما (١٩٩٣) عن تأثير حـــرب الخليج على تقييم الأمريكيين لأداء الرئيس بوش إلى أن هناك علاقـــة عكســية بيـن مستوى الاهتمام السياسى وتأثير التهيئة المعرفية[٧٤]، وقد تأكدت هـــذه النتيجـــة فـــى دراسة أخرى لهما على الموضوع نفسه[٧٥].

ويفسر البعض هذه النتيجة بأن إجراء استفتاء على الجمهور بعد فترة من انتـهاء الحرب كانت فيها وسائل الإعلام قد بدأت تصرف اهتمامها إلى موضوعـــات أخـــرى جعل الأكثر اهتماماً نظراً لمتابعتهم لوسائل الإعلام يتلقـــون رســـائل أخـــرى تحمـــل موضوعات جديدة مما يقلل من تأثير المعلومات المختزنة فـــى الأذهـــان بخصـــوص حرب الخليج، بينما الأفراد الأقل اهتماما ومتابعة للموضوعات السياســية لــن يتلقــوا الكثير من الرسائل الإعلامية الأخرى عن موضوعات جديدة وبالتالى لن يحدث لـــهما هذا التداخل أو التخفيف من تأثير حرب الخليج... وبالتالى فإن توقيت إجراء الاســتفتاء له تأثير كبير[٧٦].

وقد وجد أيضاً جون كروسنيك ولورا برانون عند إعادة تحليل بيانـــات دراســـة فضيحة (إيران – كونترا) أن هناك علاقة عكسية بين مستوى الاهتمام السياسى وتـأثير التهيئة المعرفية[٧٧].

ويرى جون كروسنيك أن هذه النتيجة تدعـــم اتجـــاه المنظـــور النفســـى لعـــدة أسباب:–

أولا: أوضحت النتيجة أن العلاقة العكسية بين مستوى الاهتمام السياسى وعملية التهيئه المعرفية لا تقتصر على موضوع بعينه (حرب الخليـــج)، وإنمـــا تمتـــد إلـــى موضوعات مختلفة مثل: فضيحة (إيران – كونترا).

ثانيا: أظهرت تلك النتيجة أن هذه العلاقة العكسية تتحقق رغم اختلاف أسلوب تطبيـــق الدراسة، فقد تحققت عند استخدام أسلوب الدراسة التتبعية الرأسية (التى تجـــرى على المبحوثين أنفسهم فى كل مرة) فى دراسة حرب الخليج، وتحققـــت أيضـــاً عند استخدام أسلوب الدراسة التتبعية الأفقية (التى تجرى على أفراد مختلفين مـــا بين الفترة السابقة للفضيحة والفترة التالية لها) فى حالـــة فضيحـــة (إيـــران - كونترا).

ثالثا: أشارت النتيجة إلى أن هذه العلاقة العكسية تتحقق رغم اختلاف توقيت التطبيـــق، فقد أجرى مسح الجمهور فى دراسة فضيحة (إيران – كونترا) مباشرة بعد يـــوم واحد من الإعلان عنها فى وسائل الإعلام بينما أجرى بعد عدة شهور فى حالـــة دراسة حرب الخليج(٧٨).

٣- متغير الانغماس السياسى: Political Involvement

قامت بعض الدراسات بدمج متغيرات التعرض والمعرفة السياســـية والاهتمـــام السياسى فى متغير أكبر أسموه متغير الانغماس السياسى.

- ومن الدراسات التى اختبرت تأثير الانغماس السياسى دراسة تجريبيـــة قـــام بـــها إينجار وكايندر (١٩٨٣)، وقد توصلت الدراسة إلى التســـاوى بيـــن المنغمســـين سياسياً وغير المنغمسين سياسياً فى مدى التأثر بالتعرض لمشكلة معينة فى تقييـــم المبحوثين للأداء العام للرئيس(٧٩).

ويفسر بعض الباحثين هذه النتيجة بأنه على الرغم من الارتباط الإيجابى بيـــن متغيرات التعرض والاهتمام والمعرفة إلا أن لها تأثيرات مختلفة على عملية التهيئـــة المعرفية وحيث إن الدراسة لم تستخدم التحليل متعدد الأبعاد Multivariate Analysis الذى يقيس تأثير متغير معين فى الوقت الذى يضبط تأثير باقى المتغيرات، وإنما قامت بقياس تأثير المتغيرات الثلاثة فى وقت واحد، فقد أدى ذلك إلى أن كل متغـــير ألغـــى

تأثير المتغير الاخر وترتب على ذلك عدم وجود فروق ذات دلالـــة بيـــن المنغمســـين وغير المنغمسين سياسياً[٨٠].

٤- متغير الثقة فى وسائل الإعلام: Trust in Mass Media

إن الأفراد الأكثر ثقة فى وسائل الإعـــلام مـــن المحتمـــل أن يولـــوا التغطيـــة الإخبارية اهتماماً أكبر، وأن يفكروا فى دلالاتها السياسية، ويضعوها فى اعتبارهم عند تقييم أداء الحكومة أو أداء الرئيس وهذا ما توصلت إليه الدراسات التى قام بها كل مـــى جوان ميللر وجون كروسنيك، وذلك على النحو التالى:

- فى الدراسة التجريبية التى أجرياها عام ١٩٩٨، وُجد أن الأفـــراد الذيـــن ترتفـــع درجة ثقتهم فى وسائل الإعلام يزداد تأثير التهيئة المعرفية لديهم حيث كانوا أكـــثر اعتمادا على القضية التى تم تعريضهم لها - سواء كانت البطالـــة أو التلـــوث أو الجريمة - عند تقييمهم لأداء الرئيس كلينتون[٨١]
- وقد توصل الباحثان إلى النتيجة نفسها فى دراسة تجريبية أخرى أجرياهـــا عـــام ١٩٩٣[٨٢]

٥- متغير المسئولية: Responsibility

- فى دراسة تجريبية قام بها إينجار وكايندر (١٩٨١) على طلاب جامعة ييل Yale لمعرفة تأثير مستوى مسئولية الرئيس المتضمنة فى التغطية الإخباريـــة لمشـــكلة الطاقة على تقييم الجمهور لأدائه العام، وجد الباحثان أن الطلاب الذين تعرضـــوا لقصص إخبارية تظهر مسئولية الرئيس عن القضية أولوها أهمية عنـــد تقييمـــهم للأداء العام للرئيس أكبر من أولئك الذين تعرضوا لقصص إخبارية لا تظهر هـــذه المسئولية مما يدعم فرضية المسئولية[٨٣].
- وقد تكررت هذه النتيجة فى دراسة تجريبية أخرى للباحثين أنفسهما قاما بتطبيقـــها هذه المرة على جمهور عام، وتم تعريضهم لموضوعـــات الطاقـــة أو الدفـــاع أو التضخم حيث وجد الباحثان أن تأثير التهيئة المعرفيـــة زاد فـــى الحـــالات التـــى ظهرت فيها مسئولية الرئيس عن المشكلة مما يدعم فرضية المسئولية أيضاً[٨٤].

ولكن الباحثين أنفسهما لم يجدا فروقاً ذات دلالة فى تأثير التهيئة المعرفية بيـــن الأفراد الذين يعتبرون الرئيس مسئولاً ولو بشكل جزئى عن إحداث المشكلة، وأولئـــك الذين يعتبرون الرئيس مسئولاً ولو بشكل جزئى عن علاج المشكلة، وذلك فى الدراسـة التجريبية التى أجرياها عام ١٩٨٢[٨٥].

وقد يرجع اختلاف نتيجة هذه الدراسة مع نتائج الدراستين الســـابقتين إلـــى أن المقارنة فى الدراستين الأولى والثانية كانت بين حالتى وجود المسئولية وعدم وجودها، أما فى الدراسة الثالثة فكانت المقارنة بين نوعين مختلفيـــن مـــن المســـئولية وهمـــا: المسئولية السببية والمسئولية المعالجية، وإن كانت هذه النتيجة تختلف مع ما ذهب إليـــه شانتو لينجار عام ١٩٩١ من أن "المسئولية السببية أكثر تأثيراً على التقييم العـــام لأداء الحكومة من المسئولية المعالجية[٨٦]".

المبحث السادس

الإطار التطبيقى للدراسة

تستعرض الباحثة، فى هذا المبحث، الإجراءات المنهجية التى اتبعتها فى الدراســة المسحية على الجمهور فى كل من التطبيق الأول والتطبيق الثانى.

فروض الدراسة:

الفرض الأول:

توجد علاقة طردية بين حجم التعــرض للمــواد الإخباريــة (التطبيــق الأول) وإيجابية تقييم أداء الحكومة فى مجال القضية المسيطرة (المشروعات الكبرى).

الفرض الثانى:

تزداد شدة العلاقة بين حجم التعرض للمواد الإخبارية (التطبيق الأول) وإيجابيــة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة كلما ارتفعت درجة التقييم الإيجابى لأداء الحكومة فى مجال القضية المسيطرة.

الفرض الثالث:

يوجد اختلاف ذو دلالة إحصائية فى متوسط شدة الاتجاه الإيجابى نحـــو الأداء العام للحكومة بين الفترة التى توجد بها قضية مسيطرة ذات مدلول إيجـــابى (التطبيـــق الأول) والفترة التى لا توجد بها قضية مسيطرة ذات مدلول إيجابى (التطبيق الثانى).

الفرض الرابع:

يوجد اختلاف ذو دلالة إحصائية بين المبحوثين فى متوسطات شدة الاتجاه نحــو الأداء العام للحكومة حسب مستوى إدراك مسئولية الحكومة.

الفرض الخامس:

تؤثر المتغيرات السياسية على العلاقة الارتباطية بين حجـــم التعــرض للمــواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة، حيث:

(أ) كلما ارتفع مستوى المعرفة السياسية، انخفضت شدة العلاقة بين حجـــم التعـــرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

(ب) كلما ارتفع مستوى الاهتمام السياسى، انخفضت شدة العلاقة بين حجـم التعـرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

الفرض السادس:

تؤثر المتغيرات المتعلقة بالوسيلة الإعلامية على العلاقة بين حجـــم التعــرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة، حيث:

(أ) كلما ارتفع مستوى الثقة فى المادة الإخبارية فى التليفزيون المصرى، زادت شـدة العلاقة بين حجم التعرض وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

(ب) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الأفراد الذين يعتمـــدون علـى التليفزيـون للحصول على معلوماتهم حول أداء الحكومة والأفراد الذيـن يعتمـدون علـى وسائل أخرى فى متوسط شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

الفرض السابع:

تؤثر المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين على العلاقة بين حجم التعرض للمـواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة، حيث:

(أ) كلما ارتفع المستوى الاجتماعى الاقتصادى، زادت شدة العلاقة بين حجم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

(ب) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فى متوسط شدة الاتجاه نحـو الأداء العام للحكومة.

(ج) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الكليات الإنسانية وطـــلاب الكليـات العلمية وطلاب الكليات التجارية فى متوسط شدة الاتجـــاه نحـو الأداء العـام للحكومة.

تعريف المفاهيم:-

- **<u>القضية المسيطرة:</u>** هى القضية التى تبرز على الساحة العامة خلال فترة زمنيـة محددة وتشغل النصيب الأكبر من تغطية وسائل الإعلام.

- **الحكومة:** المقصود بها السلطة التنفيذيـــة وتشـــمل الرئيـــس ورئيـــس الـــوزراء والوزراء.

- **أداء الحكومة:** هو أسلوب قيام الحكومة بالوظائف والمسئوليات المنوطـــــة بـــها، والأهداف التى تراعيها الحكومة عند قيامها بهذه الوظائف ممـــا يدعـــم شـــرعية وجودها.

- **ذات مدلول إيجابى:** أى توضح كفاءة أداء الحكومة فى هذه القضيـــة ومراعاتـــها لمصلحة المواطنين.

- **إدراك مسئولية الحكومة عن القضية المسيطرة:** ينقسم إلى أربعة مستويات:

(أ) **مستوى التضخيم:** وفيه ينسب المبحوث المسئولية كاملة إلى الحكومة.

(ب) **مستوى اللا أدرى:** هو المستوى الذى لا يدرك فيه المبحوث الشخصى المسئول.

(ج) **مستوى الإسقاط:** هو المستوى الذى يتم فيه نسبة المسئولية إلى جـــهات أخـــرى غير الحكومة.

(د) **مستوى الواقعية**(*): هو المستوى الذى يتم فيه نسبة المسئولية إلى عدة جهات مـن ضمنها الحكومة، وترجع تلك التسمية إلى أن نسبة المسئولية فيها تكون أقـــرب إلى الواقع فمن البديهى أن موضـــوع مثـــل المشـــروعات الكـــبرى (القضيـــة المسيطرة) تسهم فيه العديد من الجهات.

- **مستوى المعرفة السياسية:** هو قدر معلومات المبحوث عن الأحداث الجارية والمشكلات السياسية وأسبابها، ومدى معرفته بالشخصيات السياسية.

- **مستوى الاهتمام السياسى:** درجة سعى المبحوث لمتابعة الأحداث السياســية ومناقشتها مع معارفه ومشاركته فى أنشطة سياسية أو حزبية.

- **طبيعة الدراسة:** المقصود بها نوع الدراسة حسب المواد التى يتـــم تدريســـها وعلاقتها بالمجتمع، ومن هذا المنطلق ينقسم هذا المتغـــير إلـــى: دراســـة

(*) هذا المستوى أضافته الباحثة.

إنسانية ودراسة علمية ودراسة تجارية.

- **مستوى الثقة فى المواد الإخبارية:** مدى تصديق المبحوث للمواد الإخباريـــة ومدى توازنها وواقعيتها وتقديمها للحقائق الكاملة من وجهة نظره.

نوع *الدراســـة*:-

تعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية التى تستهدف استكشاف العلاقـــات بيـــن المتغيرات المختلفة حيث تدرس العلاقة بين التعرض للمواد الإخبارية فى التليفزيـــون المصرى خلال فترة يتم التركيز فيها على قضية معينة وتقييم الجمهور لهذه القضيـــة واتجاهه نحو الأداء العام للحكومة.

منهج *الدراســـة*:-

قامت الدراسة على استخدام منهج المسح، واعتمدت على أسلوب المسح بالعينة، وقد اتبعت الباحثة الخطوات التالية:

- القيام بالمتابعة الإخبارية لاختيار فترة يكون فيها حدث بـــارز يشـــغل النصيـــب الأكبر من تغطية وسائل الإعلام أى تكون هناك قضية مسيطرة **Issue Regime**.
- وقد تم اختيار فترة شهر سبتمبر وأوائل أكتوبر سنة ١٩٩٩ حيـــث كـــانت مثـــال تغطية مكثفة لإنجازات الحكومة فى الفترة السابقة وعلى رأس هذه الإنجـــازات: المشروعات الكبرى.
- تم إجراء مسح للجمهور على مرحلتين:
- **المرحلة الأولى:** بعد فترة التغطية المكثفة مباشرة، وبالتحديد فى الأســـبوع الأول من شهر أكتوبر ١٩٩٩.
- **المرحلة الثانية:** بعد انقضاء شهرين على فترة التغطية المكثفـــة وبـــالتحديد فـــى الأسبوع الأول من شهر ديسمبر ١٩٩٩.

وكان الهدف من إجراء المسح على مرحلتين هـــو المقارنـــة بيـــن اتجاهـــات الجمهور نحو أداء الحكومة خلال الفترتين.

مجتمع الدراســـة:-

يتمثل مجتمع الدراسة فى طلاب الجامعة، بلغ عدد طلاب الجامعات المصريـــة فى العام الدراسى (١٩٩٨-١٩٩٩) ١١٦٧٨٩١١ وذلك وفقاً للإحصائية التى أصدرتـــها إدارة الإحصاء بالمجلس الأعلى للجامعات عام ١٩٩٩.

عينة الدراســـة:-

تم تطبيق الدراسة على طلاب جامعة القاهرة باعتبارها الجامعـــة الأم وتضـــم طلاباً من مختلف محافظات الجمهورية ونظراً لتواجد معظم التخصصـــات الدراســية بها، كما أن بها تفاوتاً فى المستويات الاجتماعية الاقتصادية أى أن طلابها ينتمون إلـــى العديد من شرائح وفئات المجتمع المصرى.

وقد تم الاعتماد على أسلوب العينة العشوائية متعددة المراحل (العنقوديـــة) فـــى اختيار مفردات العينة، ومر سحب العينة بالمراحل التالية:

- تم تقسيم الكليات إلى فئات حسب طبيعة الدراسة ما بين دراسة إنسانية ودراســـة علمية ودراسة تجارية.
- تم اختيار كلية ممثلة لكل فئة عشوائياً فكانت كلية الآداب ممثلة للدراسة الإنسـانية، وكلية العلوم ممثلة للدراسة العلمية أما كلية التجارة فتم اختيارها عمديا باعتبارهـــا الممثلة الوحيدة للدراسة التجارية.
- اقتصرت العينة على طلاب الفرقتين الثالثة والرابعـــة لضمـــان أن يزيـــد ســـن المبحوث عن ثمانية عشر عاماً لأن استمارة الاستقصاء بها أسئلة عن اســـتخراج بطاقات انتخابية والتصويت فى الانتخابات وهو ما يتطلب بلوغ هذا السن.
- من داخل كل كلية تم اختيار أحد الأقسام بصورة عشوائية، فكان قسم التاريخ فـــى كلية الآداب وقسم الكيمياء فى كلية العلوم وقسم المحاسبة فى كلية التجارة.
- راعت الباحثة التمثيل النسبى لكل فئة دراسية داخل العينة.

جدول رقم (١)

توزيع العينة على طبيعة الدراسة

طبيعة الدراسة	عدد الطلاب ١٩٩٨-١٩٩٩	نسبتهم من عدد طلاب الجامعة	عددهم فى العينة	نسبتهم فى العينة
إنسانية	٨١٥٩٩	%٤٥	٢٤٧	%٤٧
علمية	٥٦٤٧١	%٣٠	١٥٧	%٢٩,٨
تجارية	٤٧٠٨٨	%٢٥	١٢٢	%٢٣,٢
المجموع	١٨٥١٥٨	%١٠٠	٥٢٦(*)	%١٠٠

(*) قامت الباحثة بتطبيق عدد أكبر من الاستمارات بلغ ٦٠٠ استماره بواقع ٣٠٠ استمارة فى كـــل مرحلة ولكن بعد استبعاد الاستمارات غير الصادقة والاستمارات الناقصة بلغ عدد الاســـتمارات ٥٢٦ بواقع ٢٦٣ فى كل تطبيق.

جدول رقم (٢)
خصائص عينة الدراسة

الكلية	إنسانية					
النوع	ذكر			أنثى		
المستوى الاجتماعى الاقتصادى	منخفض	متوسط	مرتفع	منخفض	متوسط	مرتفع
التطبيق الأول	١٩	٢٠	٤	٣٠	٣٦	٤
	%١٦,٨	%١٧,٧	%٣,٥٠	%٢٦,٥	%٣١,٩	%٣,٥٠
التطبيق الثانى	٢٤	١٤	٦	٣٤	٢٣	١٢
	%٢١,٢	%١٢,٤	%٥,٣	%٣٠,١	%٢٠,٤	%١٠,٦

الكلية	علمية					
النوع	ذكر			أنثى		
المستوى الاجتماعى الاقتصادى	منخفض	متوسط	مرتفع	منخفض	متوسط	مرتفع
التطبيق الأول	٥	١١	٧	١٤	٢٦	١٧
	%٦,٣	%١٣,٨	%٨,٨	%١٧,٥	%٣٢,٥	%٢١,٣
التطبيق الثانى	٢٠	٢٦	٩	٣	٨	٤
	%٢٨,٦	%٣٧,١	%١٢,٩	%٤,٣	%١١,٤	%٥,٧

الكلية	تجارية					
النوع	ذكر			أنثى		
المستوى الاجتماعى الاقتصادى	منخفض	متوسط	مرتفع	منخفض	متوسط	مرتفع
التطبيق الأول	٧	٦	-	٨	١٧	١٢
	%١٤	%١٢	-	%١٦	%٣٤	%٢٤
التطبيق الثانى	١١	٧	٢	٩	١٧	٨
	%٢٠,٤	%١٣	%٣,٧	%١٦,٧	%٣١,٥	%١٤,٨

أداة جمع البيانات:

تم تصميم صحيفة استقصاء لتطبيقها على المبحوثين فى كل من التطبيـــق الأول والتطبيق الثانى عن طريق المقابلة الشخصية.

اختبارا الصدق والثبات:-

أولا الصدق:

- استخدمت الباحثة أسلوب الصدق الظاهر (صدق المحكمين(*)) حيث تــم عــرض الاستمارة على مجموعة محكمين متخصصين فى الإعلام والسياسة وعلم النفــس، وقد تم إجراء التعديلات التى أوصوا بها.
- إجراء دراسة قبلية **pre-test** على ٥% من عينة الدراسة لاختبـــار مـــدى فـــهم المبحوثين للأسئلة.

ثانيا الثبات:-

لا يمكننا فى هذه الدراسة قياس الثبات بإعادة تطبيق الاستمارة بعد فترة محـــددة لأن عامل التذكر سيتدخل لإحداث تغيير فى النتائج، ولهذا كان إجراء المســـح علـــى مرحلتين للمقارنة بين فترة التركيز وفترة عدم التركيز على إنجازات الحكومة.

(*) <u>أساتذة الإعلام:</u> أ.د، حسن عماد (أستاذ بقسم الإذاعة)، أ.د. عدلى رضا (أستاذ بقسم الإذاعة)، أ.د. سامى الشريف (أستاذ الإذاعة بقسم الإذاعة)، أ.د. راجية قنديل (أستاذ بقسم الصحافة)، د. هويدا مصطفى (مدرس بقسم الإذاعة).

<u>أساتذة السياسة:</u> أ.د. كمال المنوفى (عميد كلية الاقتصاد والعلوم السياسية)، أ.د. أحمد يوسف (عميد معهد الدراسات والبحوث العربية)، أ.د. السيد غـــانم (أســـتاذ السياســـة)، أ.د. جـــلال معوض (أستاذ السياسة).

<u>أساتذة علم النفس:</u> أ.د. حامد زهران (أستاذ علم النفس والعميد السابق لكلية التربية - جامعة عين شمس)، أ.د. سيد عبد العال (أستاذ علم النفس بآداب عين شمس).

<u>الإعلاميون المدرسون:</u> أ. على فهيم (نائب رئيس قطاع الأخبار باتحاد الإذاعة والتليفزيون).

نتائج الدراسة(*):-

نتائج اختبارات الفروض:-

اختبار الفرض الأول:

توجد علاقة طردية بين حجم التعرض لقضية مسيطرة ذات مدلـــول إيجــابى (التطبيق الأول) وإيجابية تقييم أداء الحكومة فى مجال هذه القضية.

لاختبار هذا الفرض تم حساب قيمة كا٢ بين متغــير حجــم التعــرض للمــواد الإخبارية ومتغير تقييم أداء الحكومة فى مجال المشروعات الكــبرى (فــى التطبيــق الأول).

اتضح وجود علاقة ارتباطية بين حجم التعرض للمواد الإخبارية ودرجة تقييــم المشروعات حيث إن قيمة كا٢= ١٢,٠١١ وهى ذات دلالة إحصائية عنـــد مســتوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠١٧) ولمعرفة شدة العلاقة تم حساب معامل التوافق، وقـــد بلغ ٠,٢١ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥.

ولاختبار معنوية الاختلاف بين التطبيق الأول والتطبيق الثانى فى متوســـطات درجة تقييم المبحوثين للمشروعات تم إجراء اختبار "ت" التى أظهرت نتائجــه وجــود فروق ذات دلالة إحصائية فى متوسط درجة تقييم المشروعات بيـــن التطبيــق الأول والتطبيق الثانى حيث إن قيمة ت= ٢,٣٩٨ عند مستوى معنوية ٠,٠١٧ وهو أقل مــن ٠,٠٥، وذلك يعنى أن متوسط درجة تقييم المشروعات فى التطبيق الأول أكــبر مــن نظيرتها فى التطبيق الثانى أى أن التقييم أكثر إيجابية فى التطبيق الأول.

وبذلك نقبل الفرض الأول: القائل بوجود علاقة طردية بيـــن حجــم التعــرض لقضية مسيطرة ذات مدلول إيجابى (التطبيق الأول) وإيجابية تقييم أداء الحكومة فــــى مجال هذه القضية.

(*) للتعرف على النتائج العامة للدراسة: شيماء ذو الفقار حامد (٢٠٠٠) "دور المادة الإخبارية فــى التليفزيون المصرى فى تشكيل اتجاهات طلاب الجامعة نحو أداء الحكومة - دراسة مســحية"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة - كلية الإعلام)، ص ص ١٣٧-١٦٩.

وقد ترجع تلك النتيجة إلى أن هناك تركيزاً من التليفزيون علـــى المشـــروعات الكبرى وإيجابياتها، ولذلك فالأكثر تعرضاً كانوا أكثر إيجابية فى تقييـــم المشـــروعات تأثراً بمضمون ما يقدم بالتليفزيون، ويمكن تفسير ذلك فى ضوء الإطار النظرى كمـــا يلى:-

- **مفهوم النغمة الغالبة أو "الرسالة الأساسية" Big Message** الـــذى يقـــول بـــأن التعرض المتكرر لوسائل الإعلام يساعد على انتشار النغمـــة الغالبـــة المرتبطـــة بالقضية المسيطرة، والنغمة الغالبة فى حالة المشـــروعات الكـــبرى هـــى نغمـــة إيجابية، ولذلك فالأكثر تعرضاً تقييمهم أكثر إيجابية.
- **نماذج (الجرعة – المقاومة) Dosage- Resistance Models** التى يؤيدها أنصـــار المنظور التقليدى والتى تقول بأن الأفراد الأكثر تعرضاً للرسائل الإعلامية السائدة أكثر عرضة للتأثر بها.

اختبار الفرض الثانى:

تزداد شدة العلاقة بين حجم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحـــو الأداء العام للحكومة كلما ارتفعت درجة التقييم الإيجابى للقضية المسيطرة (التطبيق الأول).

لاختبار هذا الفرض تم حساب كا٢ بين متغير درجة تقييم المشروعات ومتغـــير شدة الاتجاه الإيجابى نحو الأداء العام للحكومة.

وقد ثبت وجود علاقة ارتباطية بين درجة تقييم المشروعات وشدة الاتجاه نحـــو أداء الحكومة (فى التطبيق الأول) حيث إن قيمة كـــا٢= ٢٧,٢٤١ وهـــى ذات دلالـــة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠٠١ (٠,٠٠٠١).

ولمعرفة شدة العلاقة تم حساب معامل التوافق وبلغت قوته ٠,٣١ عند مســـتوى معنوية ٠,٠٠٠١ أما معامل ارتباط بيرسون فبلغت قوته ٠,٣٥ عند مستوى معنويـــة ٠,٠٠٠١.

ولمعرفة تأثير متغير درجة تقييم المشروعات على العلاقة بين حجم التعـــرض وشدة الاتجاه نحو أداء الحكومة تم حساب معامل الارتباط المتعدد الذى بلغـــت قوتـــه ٠,٢٨ عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠١ وبمقارنته بمعامل الارتباط الجزئى بيـــن حجـــم

التعرض وشدة الاتجاه نحو أداء الحكومة عند ضبط متغير درجة تقييـــم المشـــروعات والذى بلغت قيمته ٠,٠٣٢ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٦١) أى أن العلاقـة لم تكن دالة إحصائياً، وبذلك يتضح لنا مدى قوة تأثير متغير تقييم المشـــروعات علـــى العلاقة، **وبذلك نقبل الفرض الثانى.**

وبتحقق الفرض الثانى يتحقق الفرض الرئيســـى لنظريـــة التهيئـــة المعرفيـــة Cognitive Priming حيث إن تركيز المواد الإخبارية على المشروعات الكبرى فـــى فترة من الفترات جعل من هذه المشروعات معياراً لتقييم أداء الحكومة، ويتضح ذلـــك فى التأثير الذى لعبه متغير تقييم المشروعات حيث أدى إلى زيادة شدة العلاقـــة بيـــن حجم التعرض والاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

وتتفق هذه النتيجة مع ما ذهب إليه أنصـــار الاتجـــاه التقليـــدى Traditional perspective من أنه كلما زاد معدل التعرض للتغطية الإخبارية للقضيـــة المســـيطرة Issue Regime زادت عملية التهيئة المعرفية أى زادت الأهمية التـــى يوليـــها أفـــراد الجمهور لهذه القضية وبالتالى يمنحونها وزناً أكبر عند تقييمهم لأداء الحكومة.

اختبار الفرض الثالث:-

يوجد اختلاف ذو دلالة إحصائية فى متوسط شدة الاتجاه الإيجابى نحـــو الأداء العام للحكومة بين الفترة التى توجد بها قضية مسيطرة ذات مدلول إيجابى (التطبيـــق الأول) والفترة التى لا توجد بها قضية مسيطرة ذات مدلول إيجابى (التطبيق الثانى).

لاختبار هذا الفرض تم إجراء اختبار (ت) لتحديد مدى معنوية الاختلاف بيـــن التطبيق الأول والتطبيق الثانى فى متوسطات شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومـــة، والذى أظهرت نتائجه أن هناك اختلافاً ذا دلالة إحصائية بين متوسط شدة الاتجاه فـــى التطبيق الأول ومتوسط شدة الاتجاه فى التطبيق الثانى حيـــث إن قيمـــة ت = ٢,٠٤٦ وهى قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٤١).

معنى ذلك أن الاتجاه نحو أداء الحكومة فى التطبيق الأول يميل نحو الإيجابيـــة أكثر من التطبيق الثانى، **وبذلك نقبل الفرض الثالث.**

ويمكن تفسير هذه النتيجة فى ضوء عامل البروز Salience الذى يقـــول بـــأن تركيز التليفزيون على قضية معينة يزيد من أهمية هذه القضيـــة، وبالتـــالى يســـتخدم الأفراد معلوماتهم عن هذه القضية فى تشكيل اتجاهاتهم حول الأشياء المرتبطـــة بـــها، فإذا قلت درجة بروز قضية ما انخفضت بالتالى أهميتها عند تقييم أداء الحكومة.

اختبار الفرض الرابع:

يوجد اختلاف ذو دلالة إحصائية بين المبحوثين فى متوسطات شدة الاتجـــاه نحو الأداء العام للحكومة حسب مستوى إدراك مسئولية الحكومة.

لاختبار هذا الفرض تم استخدام تحليل التباين فى اتجـــاه واحـــد ONE-WAY ANOVA لمعرفة مدى التباين فى متوسط شدة الاتجاه بين المجموعات الأربعة التـــى تمثل المستويات المختلفة لإدراك مسئولية الحكومة وهى: مستوى اللا أدرى ومســـتوى الإسقاط ومستوى الواقعية ومستوى التضخيم، والجدول التـــالى يوضـــح نتـــائج هـــذا التحليل:

جدول رقم (٣)

تحليل التباين بين المبحوثين ذوى المستويات المختلفة فى إدراك المسئولية من حيث متوسطات شدة الاتجاه

مصدر التباين	درجات الحرية	مجموعة المربعات	متوسط المربعات	ف	مستوى المعنوية
بين المجموعات	٣	٨٩٢,٥٧٨	٢٩٧,٥٢٦	٠,٨٦٣	٠,٤٦١
داخل المجموعات	٢٥٩	٨٩٢٧٧,٧٣٤	٣٤٤,٧٠٢		
المجموع	٢٦٢	٩٠١٧٠,٣١٢	٠٠٠٠		

يتضح من بيانات الجدول السابق عدم وجود تباين ذى دلالـــة إحصائيـــة بيـــن المبحوثين ذوى المستويات المختلفة فى إدراك المسئولية فى متوسطات شـــدة الاتجـــاه حيث إن قيمة ف= ٠,٨٦٣ وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أكـــبر مـــن

٠,٠٥ (٠,٤٦١) حيث كان متوسط شدة الاتجاه لدى مستوى الإسـقاط ٨٦,٢٠ ولـدى مستوى اللا أدرى ٩٨,١٢ ولدى المتوسط الواقعى (المسئولية المشتركة) ٩٩,٥٧ ولدى مستوى التضخيم ٩٨,٥٥، **وبذلك نرفض الفرض الرابع.**

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه الدراستان اللتان قام بـهما كـل مـن شانتو إينجار ودونالد كايندر عام ١٩٨١[٨٧]، **ويمكن إرجاع هذا الاختلاف إلى مايلى:**

تم تطبيق دراستى إينجار وكايندر على مشكلات وقضايا سـلبية، بينمـا هـذه الدراسة تم تطبيقها على قضية إيجابية، ووفقاً لنظرية النسـبة **Attribution Theory** فإن تأثير الآراء المتعلقة بالقضايا المختلفة يعكس تحيزاً للسلبية **"A Negativity Bias"** فى التقييمات السياسية، فالخصائص السلبية أكثر تأثيراً على المواطنين من الخصـائص الإيجابية (فالنقطة السوداء دائماً أكثر ظهوراً).

اختبار الفرض الخامس:-

تؤثر المتغيرات السياسية على العلاقة الارتباطية بين حجم التعـرض للمـواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة، حيث:

(أ) كلما ارتفع مستوى المعرفة السياسية انخفضت شدة العلاقة بين حجم التعـرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

(ب) كلما ارتفع مستوى الاهتمام السياسى انخفضت شدة العلاقة بين حجم التعـرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

أولا: اختبار الفرض الخامس (أ):

لاختبار هذا الفرض تم حساب كا٢ بين متغيرى مستوى المعرفة السياسية وشدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

وقد اتضح عدم وجود علاقة بين متغير مستوى المعرفة السياسية ومتغير شـدة الاتجاه حيث إن قيمة كا٢= ٦,٠٢٣ وهى ذات دلالة إحصائية عند مسـتوى معنويـة أكبر من ٠.٠٥ (٠,١٩٧).

ولقياس شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض ومتغير شدة الاتجاه مـع ضبـط

متغير المعرفة، تـــم اســتخدام معـــامل الارتبـــاط الجزئـــى Partial Correlation Coefficient وقد بلغت شدة العلاقة ٠,٠٨ وهى ذات دلالة إحصائيـــة عنـــد مســـتوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,١٥٨).

وبحساب معامل الارتبـــاط المتعـــدد Multi-Correlation Coefficient بيـــن متغيرات حجم التعرض ومستوى المعرفة السياسية وشدة الاتجاه، نجد أن شدة العلاقـــة قد وصلت إلى ٠,١٢ عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠١

وبذلك يتضح لنا أن دخول متغير المعرفة السياسية على العلاقة بيـــن متغـــيرى التعرض وشدة الاتجاه قد زاد من شدة العلاقة، وحولها من علاقة غير دالة إلى علاقـــة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠١

وبذلك كلما ارتفع مستوى المعرفة السياسية زادت شـــدة العلاقـــة بيـــن حجـــم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

ومن ثم **نرفض الفرض الخامس (أ).**

وتختلف هذه النتيجة مع ما يذهـــب إليـــه المنظـــور التقليـــدى Traditional perspective من أنه كلما ارتفع مستوى المعرفة السياسية انخفضت شدة العلاقة بيـــن حجم التعرض وشدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة[٨٨]، والذى أيدته دراسة شـــانتو إينجار وآخرين عام ١٩٨٤[٨٩]، ودراسة جـــون كروســـنيك ودونـــالد كـــايندر عـــام ١٩٩٠[٩٠].

وتتفق النتيجة مع المنظور النفسى الحديث – Contemporary Psychological Perspective الذى أيدته دراسة جون كروســـنيك ولـــورا برانـــون عـــام ١٩٩٣[٩١]، ودراستا جوان ميللر وجون كروسنيك عام ١٩٩٨[٩٢].

ويبرر أنصار المنظور النفسى هذه النتيجة بأن المعرفة السياســـية تعـــد أحـــد العوامل التى تزيد من إمكانية تخزين واسترجاع المعلومات وبالتالى فهى تزيـــد مـــن تأثير التهيئة المعرفية، فكلما كانت معلومات الفرد عن موضوع معين أكثر تنظيما كان أكثر كفاءة وفعالية فى فهم المعلومات الجديدة، وأكثر قدرة على ترميزها وتخزينها فـــى الذاكرة، وبالتالى أكثر قدرة على استرجاعها عندما يسأل عن رأيه، وعلى العكس فـــإن

الأفراد الأقل فى مستوى المعرفة السياسية يجدون صعوبة فـــى تفســير المعلومـــات السياسية الجديدة، كما تنخفض قدرتهم على تخزين المعلومات واسترجاعها[٦٣].

ثانيا اختبار الفرض الخامس (ب):

كلما ارتفع مستوى الاهتمام السياسى انخفضت شدة العلاقة بين حجم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

لاختبار هذا الفرض تم حساب كا٢ بين متغيرى مستوى الاهتمام السياسى وشدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة، وقد اتضح وجود علاقة بين متغير الاهتمام السياســى ومتغير شدة الاتجاه حيث إن قيمة كا٢= ١٣,٧٢١ وهى ذات دلالـــة إحصائيـــة عنـــد مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٨) وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٢٢.

ولقياس شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض ومتغير شدة الاتجاه مـــع ضبـــط متغير مستوى الاهتمام السياسى، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى، وقد بلغت شـــدة العلاقة ٠,١٣ وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٣٥).

وبحساب معامل الارتباط المتعدد بين متغيرات حجم التعرض ومستوى الاهتمام السياسى وشدة الاتجاه، نجد أن شدة العلاقة قد وصلت إلى ٠,١٧ عند مستوى معنويـــة أقل من ٠,٠١ (٠,٠٠٠١).

وبمقارنة قيمة معامل الارتباط الجزئى بقيمة معامل الارتباط المتعدد، نجـــد أن دخول متغير مستوى الاهتمام السياسى زاد من شدة العلاقـــة، كمـــا أصبـــح مســـتوى المعنوية ٠,٠٠٠١ بعد أن كان ٠,٠٣٥.

وبذلك كلما ارتفع مستوى الاهتمام السياسى زادت شـــدة العلاقـــة بيـــن حجـــم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

ومن ثم نرفض الفرض الخامس (ب).

وتختلف هـــذه النتيجـــة مـــع المنظـــور النفســـى الحديـــث **Contemporary Psychological Perspective** الذى يذهب إلى وجود علاقة عكسية بين متغير الاهتمـــام السياسى وتأثير التهيئة المعرفية، وهو ما أيدته دراسات كل من جون كروسنيك ولـــورا

برانون عام ١٩٩٣ سواء تلك التى أجرياها على حرب الخليج أو على فضيحة (إيـران - كونترا) [٩٤].

وتتفق هذه النتيجة مع المنظور التقليدى Traditional Perspective الذى يذهب إلى وجود علاقة طردية بين مستوى الاهتمام السياسى وتأثير التهيئة المعرفية وهو مـا أيدته دراسة روبيرت جويدل Robert Goidel عام ١٩٩٧ [٩٥].

ويبرر أنصار المنظور التقليدى هذه العلاقة بأن الأكثر اهتمامـــاً هـم الأكـثر تعرضاً وبالتالى أكثر تأثراً، وهذا يتفق مع ما توصلت إليه الدراسة من وجود علاقـــة قوية نسبياً بين مستوى الاهتمام السياسى وحجم التعرض حيث بلغــت شــدة العلاقــة بحساب معامل ارتباط بيرسون ٠,٥٣ عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠١.

اختبار الفرض السادس:

تؤثر المتغيرات المتعلقة بالوسيلة الإعلامية على العلاقة بين حجــم التعــرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

اختبار الفرض السادس (أ):

كلما ارتفع مستوى الثقة فى المواد الإخبارية فى التليفزيون المصــرى، زادت شدة العلاقة بين حجم التعرض وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

لاختبار هذا الفرض تم حساب كا٢ بين متغيرى الثقة وشدة الاتجاه نحـــو الأداء العام للحكومة، وقد اتضح وجود علاقة بين متغير الثقة فى المـــواد الإخباريـــة فـــى التليفزيون المصرى ومتغير شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة حيث إن قيمة كـا٢= ٥٤,٨٠٧ وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل مـــن ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١)، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٤٢.

ولقياس شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض ومتغير شدة الاتجاه مـــع ضبـط متغير الثقة، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى وقد بلغت شدة العلاقة ٠,٠٣٦ عنـــد مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٥٥٨) أى أن العلاقة ضعيفة وغير دالة إحصائياً.

وبحساب معامل الارتباط المتعدد بين متغيرات حجم التعرض ومستوى الثقة فى المواد الإخبارية وشدة الاتجاه، نجد أن شدة العلاقة وصلت إلى ٠,٤٩ عنـــد مســتوى

معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١).

وبمقارنة قيمة معامل الارتباط الجزئى بقيمة معامل الارتباط المتعـــدد نجـد أن دخول متغير الثقة فى المواد الإخبارية على العلاقة بين متغيرى حجم التعرض وشـــدة الاتجاه قد حول العلاقة من علاقة ضعيفة وغير دالة إلى علاقة قويـــة نســبياً ودالـــة إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١).

وبذلك كلما ارتفع مستوى الثقة فى المواد الإخبارية فى التليفزيـــون المصـــرى، زادت شدة العلاقة بين حجم التعرض وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

ومن ثم **نقبل الفرض السادس (أ).**

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسات كل من جـــوان ميللـــر وجـــون كروسنيك عام ١٩٩٣[٩٦] وعام ١٩٩٨[٩٧].

ويمكن فهم هذه النتيجة فى ضوء طبيعة النظام الإعلامى المصرى حيث يتبـــع التليفزيون الحكومة ويعبر عن سياساتها وتوجهاتها مما قد يثير الشكوك فيمـــا تقدمـــه التغطية الإخبارية عن إنجازات الحكومية ويمثل حائلا دون الاقتنـــاع والتـــأثر بـــهذه التغطية أما بالنسبة للأفراد الذين يثقون فى هذه المواد الإخبارية فلن يكون لديهم ذلـــك المرشح الإدراكى **Perceptual Screen** الذى يحول دون حدوث التأثر.

اختبار الفرض السادس (ب):

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الأفراد الذين يعتمدون علـــى التليفزيـــون للحصول على معلوماتهم حول أداء الحكومة والأفراد الذين يعتمدون علـــى وســـائل أخرى فى متوسط شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

لاختبار هذا الفرض تم استخدام تحليل التباين فى اتجـــاه واحـــد **ONE-WAY ANOVA** والذى تتضح نتائجه فى الجدول التالى:-

جدول رقم (٤)

تحليل التباين بين المعتمدين على الوسائل المختلفة

من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة

مصدر التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى المعنوية
بين المجموعات	٥	١٨٠٣٤٣,٠٤٩	٣٦٠٦٨,٦١٠	١٢٧,١١٠	٠,٠٠٠١
داخل المجموعات	٢٥٣	٧١٧٩١,٢٧٦	٢٨٣,٧٦٠		
المجموع	٢٥٨	٢٥٢١٣٤,٣٢٤	٠٠٠٠٠		

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود تباين ذى دلالة إحصائية بيـــن الأفــراد المعتمدين على الوسائل المختلفة من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحـــو الأداء العـــام للحكومة حيث إن قيمة ف= ١٢٧,١١٠ وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنويـــة أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١).

ولتحديد مصدر التباين تم حساب متوسط شـــدة الاتجـــاه نحـــو أداء الحكومـــة وحساب الفروق ذات الدلالة بينهم من خلال اختبار توكى Tukey، وهو ما يتضح فـــى الجدول التالى:

جدول رقم (٥)

اختبار توكى Tukey لتحديد مصدر التباين بين المجموعات

فى متوسطات شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة

مصدر التباين	المعتمدون على التليفزيون	المعتمدون على الصحافة القومية	المعتمدون على الصحافة الحزبية	المعتمدون على الإذاعة المصرية	المعتمدون على الإذاعات الأجنبية	المعتمدون على الاتصال الشخصى
المعتمدون على التليفزيون			•	•	•	•
المعتمدون على الصحافة القومية			•	•	•	•
المعتمدون على الصحافة الحزبية	•	•			•	•
المعتمدون على الإذاعة المصرية	•	•	•	•		
المعتمدون على الإذاعات الأجنبية	•	•	•			•
المعتمدون على الاتصال الشخصى	•	•		•	•	

• تشير إلى الاختلاف الدلالى بين المجموعات.

يتضح من بيانات الجدول السابق أن هناك تباينا بين متوسط شدة الاتجـــاه لـــدى المعتمدين على التليفزيون من ناحية حيث يبلغ المتوسط (١٠٢,٥٢) وبين المعتمديـــــن على أى من الصحافة الحزبية والإذاعة المصرية والإذاعـــــات الأجنبيـــة والاتصـــال الشخصى حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه لدى كل مجموعة علـــى التوالـــى: ٨٩,٩٤ – ٩٥,٦٦ – ٩٣,٤٥ – ٨٧,٩٤.

ويتضح من تلك النتائج عدم وجود تباين بين متوسط شدة الاتجاه لدى كل مــــن المعتمدين على التليفزيون المصرى أو الصحف القومية وذلك لأنها تأخذ اتجاها مؤيـــداً للحكومة، وذلك على عكس الصحف الحزبية والإذاعات الأجنبية والاتصال الشـــخصى

الذى تزيد من خلاله الانتقادات الموجهة لأداء الحكومـــة، بينمـــا الإذاعـــة المصريـــة بالرغم من تبعيتها للحكومة إلا أن معظم محطاتها لا تظهر بها حـــدة التركـــيز علـــى إنجازات الحكومة.

ولمعرفة العلاقة بين درجة الاعتماد على التليفزيون كمصدر للمعلومات وشـــدة الاتجاه الإيجابى نحو أداء الحكومة، تم حساب كا٢، وقد اتضح وجود علاقة بين درجة الاعتماد على التليفزيون وشدة الاتجاه نحـــو أداء الحكومـــة حيـــث إن قيمـــة كـــا٢= ٣١,٢٤٥ وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل مـــن ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١)، ولقياس شدة العلاقة تم حساب معامل التوافق الذى بلغت شدته ٠،٣٦.

ومن ثم **نقبل الفرض السادس (ب).**

اختبار الفرض السابع:

تؤثر المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين على العلاقة بين حجم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

الفرض السابع (أ):

كلما ارتفع المستوى الاجتماعى الاقتصادى، زادت شدة العلاقـــة بيـــن حجـــم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

لاختبار هذا الفرض تم حساب قيمة كا٢ بيـــن متغـــير المســـتوى الاجتمـــاعى الاقتصادى ومتغير شدة الاتجاه، وقد اتضـــح عـــدم وجـــود علاقـــة بيـــن المســـتوى الاجتماعى الاقتصادى وشدة الاتجاه نحو أداء الحكومة حيث إن قيمة كـــا٢= ٥,١٥١ وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٢٧٢).

ولقياس شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض ومتغير شدة الاتجاه مـــع ضبـــط متغير المستوى الاجتماعى الاقتصادى، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى، وقد بلغت شدة العلاقة ٠,٠٤٤ عند مستوى معنوية أكبر مـــن ٠,٠٥ (٠,٤٨٦) أى أن العلاقـــة ضعيفة وغير دالة إحصائياً.

وبحساب معامل الارتباط المتعدد بين متغـــيرات حجـــم التعـــرض والمســـتوى الاجتماعى الاقتصادى وشدة الاتجاه، نجد أن شدة العلاقة ظلت كما هـــى (٠,٠٤٤) وإن

كانت قد تحولت إلى علاقة دالة إحصائيا عنـــد مســتوى معنويــة أقــل مــن ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١).

ولتحديد مدى معنوية الاختلاف بين الأقل والأعلى فى المســـتوى الاجتمــاعى الاقتصادى من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو أداء الحكومة، تم إجراء اختبـار (ت)، والذى أظهرت نتائجه عدم وجود اختلاف ذى دلالة إحصائية بين الأقل والأعلى فـــى المستوى الاجتماعى الاقتصادى من حيث متوسط شـــدة الاتجــاه نحــو الأداء العــام للحكومة حيث إن قيمة (ت)= -٠,١٣٠ وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنويــة أكبر من ٠,٠٥ (٠.٨٩٧).

ومن ثم نرفض الفرض السابع (أ).

إختبار الفرض السابع (ب):

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فى متوسط شـــدة الاتجــاه نحو الأداء العام للحكومة.

لاختبار هذا الفرض تم إجراء اختبار (ت) للتعرف على مدى معنوية الاختــلاف بين الذكور والإناث من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

وقد أظهرت نتائج الاختبار عدم وجود اختلاف ذى دلالة إحصائية بين الذكـــور والإناث من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة حيث أن قيمــة ت= -٠,٢٥١ وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٨٠٢).

ومن ثم نرفض الفرض السابع (ب).

اختبار الفرض السابع (ج):-

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الكليات الإنسانية وطلاب الكليـــات العلمية وطلاب الكليات التجارية فى متوسط شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

لاختبار هذا الفرض تم استخدام تحليل التباين فى اتجـــاه واحـــد **ONE-WAY ANOVA** وهو ما يتضح فى الجدول التالى:-

جدول رقم (٦)

تحليل التباين بين طلاب الاتجاهات الدراسية المختلفة

من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة

مصدر التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى المعنوية
بين المجموعات	٢	١١٥٠,٢٦٣	٥٧٥,١٣١	١,٦٨٠	٠,١٨٨
داخل المجموعات	٢٦٠	٨٩٠٢٠,٠٤٩	٣٤٢,٣٨٥		
المجموع	٢٦٢	٩٠١٧٠,٣١٢	٠٠٠٠٠		

يتضح من بيانات الجدول السابق عدم وجود تباين ذى دلالـــة إحصائيـــة بيـــن الكليات المختلفة من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة حيـــث إن قيمة ف= ١,٦٨٠ وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنويـــة أكـــبر مـــن ٠,٠٥ (٠,١٨٨).

ومن ثم نرفض الفرض السابع (ج).

ويمكن تفسير عدم وجود تأثير للمتغيرات الديموغرافية (المستوى الاجتمـــاعى الاقتصادى / النوع / طبيعة الدراسة) إلى تقارب المستويات الفكرية والثقافية لطـــلاب الجامعة، ومعايشتهم لواقع واحد وظروف متشابهة مما أدى إلى عدم وجود فروق بينهم فى مدى تأثير التغطية الإخبارية على اتجاهاتهم السياسية.

الخلاصـــة:

أيدت نتائج الدراسة الفرض الرئيسى لنظرية التهيئة المعرفية حيـــث وجـــد أن تركيز المادة الإخبارية على إنجازات الحكومة وبصورة مكثفـــة فـــى فـــترة تطبيـــق الدراسة أدى إلى زيادة شدة الاتجاه الإيجابى نحو المشروعات التى تقوم بها الحكومـــة، ومن ثم نحو الأداء العام للحكومة، وذلك مقارنة بفترة أخرى تلتها وقلـــت فيـــها حـــدة التركيز على إنجازات الحكومة، مما يعنى أن التليفزيون يمكن أن يقوم بدور فى دعـــم شرعية الحكومة من خلال خلق اتجاهات إيجابية نحو أدائها.

ويوضح لنا ذلك أنه بالرغم من اختلاف المجتمـــع المصـــرى عـــن المجتمـــع الأمريكى الذى نبعت منه النظـرية من حيث النظام الإعلامى الذى لا يتمتع بالقدر نفسه من الحرية والتنوع اللذين يوجدان بالمجتمع الأمريكى، والنظام السياسى الذى لا يتمتـع بالمستوى ذاته من الديناميكية، والإطار الثقافى الذى تسوده المحافظة، وعـــدم الرغبـــة فى التغيير، بالرغم من كل ذلك الاختلاف، ثبت الفرض الرئيس للنظرية ولكـــن مـــع ملاحظة أن التطبيق تم على موضوع إيجابى، وقد لا تتحقق هذه النتيجة فى ظـــروف أخرى مثل اختلاف موضوع التطبيق، أو عينة الدراسة، أو مجال التطبيق.

هـــوامش الفصل الثالث:-

(1) Matthew Mendelsohn (1996) "The Media and Interpersonal Communications: The Priming of Issues, Leaders and Party Identification", **The Journal of Politics, vol. 58,** No.1, p. 113.

(2) Joanne Miller & Jon Krosnick (1998) "News Media Impact On The Ingredients of Presidential Evaluation: Politically Knowledgeable Citizens Learn From a Trusted Source of Information", **Unpublished Study,** p.4.

(3) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Media and the Foundations of Presidential Support: George Bush and the Persian Gulf Conflict", **Journal of Social Issues,** vol. 49, no. 4, pp. 168-169.

(4) Ibid. p. 169.

(5) Joanne Miller & Jon Krosnick (1997) "Anatomy of News Media Priming" in Shanto Iyengar & Richard Reeves (Eds.), **"Do The Media Govern ?: Politicians, Voters and Reporters In America",** (Calif.: SAGe Publications), p. 268.

(6) Shanto Iyengar & Donald Kinder (1987) **"News that Matters"** (Chicago: The University of Chicago Press), p. 63.

(7) **Ibid.** p. 65.

(8) Joanne Miller & Jon Krosnick (1997), **Op. Cit.,** p. 268.

(9) Robert Goildel et al., (1997) "Priming Theory and RAS Models: Toward an Integrated Perspective of Media Influence", **American Politics Quarterly,** vol. 25, p. 298.

(10) Shanto Iyengar & Donald Kinder (1987), **Op. Cit.,** pp. 70-71.

(11) Zhongdang Pan & Gerald Kosicki (1997) "Priming and Media Impact on the Evaluations of the President's Performance", **Communication Research,** vol. 24, no.1, p.9.

(12) David Plaut (1998) "Semantic and Associative Priming in a Distributed Attractor Network", The Proceedings of the 17th Annual Conference of the Cognitive Science, www.cnbc.cmu.edu\~plut\papers-html\plaut95cogsci\main.html., **Internet,** p.1.

(13) Eunkyung Jo & Leonard Berkowitz, (1994) "A Priming Effect Analysis of Media Influences: An Update" In: Dolf Zilmann & Jennings Bryant (Eds.) "Media Effects Advances In Theory and Research" (New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates), p. 45.

(14) Leonard Berkowitz & Karen Rogers (1986) "A Priming Effect Analysis of Media Influence" in: Jennings Bryant & Dolf Zillmann (Eds) **"Perspectives on Media Effect",** (New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates), p. 58.

(15) David Roskos-Ewoldsen (1997) "Attitude Accessibility and Persuasion: Review and a Transactive Model", **Communication Yearbook**, 20, p. 187.

(16) **Ibid**, p. 187.

(17) **Ibid**, p. 203.

(18) Reid Hastie & Bernadette Park (1986) "The Relationship between Memory-Based or On-line", **Psychological Review**, vol. 93, no.3, p. 260.

(19) Milton Lodge et al., (1989) "An Impression-Driven Model of Candidate Evaluation", **American Political Science Review**, vol. 83, no.2, p. 401.

(20) Reid Hastie & Bernadette Park, **Op. Cit.**, p. 263.

(21) Zhongdang Pan & Gerald Kosicki, **Op. Cit.**, p. 4.

(22) George Edwards II et al., (1995) "Explaining Presidential Approval: The Significance of Issue Salience", **American Journal of Political Science**, vol. 39, no.1, p. 112.

(23) George Rabinowitz et al. (1982) "Salience As a factor in the Impact of Issues on a Candidate Evaluation", **The Journal of Politics**, vol. 44, p. 44.

(24) George Edwards II et al., **Op. Cit.**, p. 112.

(25) E. Tory Higgins & Gillian King (1981) "Accessibility ofSocial Constructs: Information-Processing Consequences of Individual and Contextual Variability" in: N. Cantor & J. Kihlstorm (Eds.) **"Personality, Cognition and Social Interaction"** (New Jersey: Erlbaum), p. 71.

(26) David Domki et al. (1998), "Media Priming Effects: Accessibility, Association and Activation", **International Journal of Public Opinion Research**, vol. 10, no.1, p. 53.

(27) Shanto Iyengar et al. (1984), "The Evening News and Presidential Evaluations", **Journal of Personality and Social Psychology**, vol.46, no.4, p. 779.

(28) Zhongdang Pan & Gerald Kosicki, **Op. Cit.**, pp. 11-24.

(29) M. Morgan & N. Signorielli (1990) "Cultivation Analysis Conceptualization and Methodology" In N. Signorielli & M. Morgan (Eds) **"Cultivation Analysis: New Directions of Media Effects Research"** (New Burypark: Sage Publications), p. 23.

(30) Zhongdang Pan & Gerald Kosicki, **Op. Cit.**, p. 25.

(31) Shanto Iyengar & Donald Kinder (1987), **Op. Cit.**, p. 82.

(32) **Ibid**, p. 83.

(33) Shanto Iyengar & Donald Kinder (1987), **Op. Cit.**, pp. 85-86.

(34) **Ibid.**, p. 87.

(35) Joanne Miller & Jon Krosnick (1997), **Op. Cit.,** p. 273.

(36) David Glass (1985) "Evaluating **Presidential** Candidates: Who Focuses on their Personal Attributes ?", **Public Opinion Quarterly,** vol.49, no.4, p. 517.

(37) Joanne Miller & Jon Krosnick (1998) **Op. Cit., p.** 19.

(38) Shanto Iyengar et al. (1984), **Op. Cit., p. 780.**

(39) Shanto Iyengar & Donald Kinder (1987), **Op. Cit.,** p. 82.

(40) **Ibid.,** pp. 85-86.

(41) Philip Converse (1962) "Information Flow and the Stability of Partisan Attitudes", **Public Opinion Quarterly,** vol.26, p. 578.

(42) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Media and the Foundations of Presidential Support: George Bush and the Persian Gulf Conflict", **Journal of Social Issues,** vol.49, no.4, p. 288.

(43) Robert Goidel et al. (1997), **Op. Cit.,** p. 288.

(44) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Impact of the Gulf War on the Ingredients of Presidential Evaluations: Multidimensional Effects of Political Involvement", **American Political Science Review,** vol.87, no.4, p. 965.

(45) Zhongdang Pan & Gerald Kosicki, **Op. Cit.,** p. 11.

(46) **Ibid,** p. 12.

(47) Shanto Iyengar et al. (1984), **Op. Cit., p. 785.**

(48) Zhongdang Pan & Gerald Kosicki, **Op. Cit.,** p. 11.

(49) Shanto Iyengar & Donald Kinder (1987), **Op. Cit.,** p. 97.

(50) John Zaller (1987), **Op. Cit.,**p. 822.

(51) David Domke et al., (1998) **Op. Cit.,** pp. 61-63.

(52) Shanto Iyengar (1998) "Media Effects Paradigms for the Analysis of Local Television News", A Paper Presented at a **Conference** on **Democracy and Democratic Discourse,** p.14.

(53) Joanne Miller & Jon Krosnick (1998), **Op. Cit.,** pp. 8-16.

(54) Joan Schleuder et al. (1991) "Inside the Agenda-Setting Process: How Political Advertising and TV News Prime Viewers to Think about Issues and Candidates" In F. Biocca (Ed.) **"Television and Political Advertising",** vol.1 (New Jersey: Erlbaum), pp. 265-309.

(55) Zhongdang Pan & Gerald Kosicki, **Op. Cit.,** pp. 3-25.

(56) Shanto Iyengar & Adam Simon, (1993) "News Coverage of the Gulf Crisis and Public Opinion: A Study of Agenda-Setting, Priming, and Framing", **Communication Research**, vol. 20, no. 3, pp. 368-377.

(57) Robert Goidel et al., **Op. Cit.**, pp. 296-300.

(58) David Domke et al., **Op. Cit.**, pp. 61-63.

(59) Matthew Mendelsohn, **Op. Cit.**, pp. 112-121.

(60) Blais Johnson et al. (1992) **"Letting The People Decide: Dynamics of a Canadian Election"** (Stanford: Stanford University Press), p. 249.

(61) John Mueller (1970) "Presidential Popularity From Truman to Johnson", **The American Political Science Review**, vol. 64, p. 34.

(62) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Media and the Foundations of Presidential Support: George Bush and the Persian Gulf Conflict", **Op. Cit.**, p. 173.

(63) Jon Krosnick & Donald Kinder (1990), **Op. Cit.**, pp. 498-511.

(64) Shanto Iyengar et al. (1984), **Op. Cit.**, p. 786.

(65) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Impact of the Gulf War On the Ingredients of Presidential Evaluations: Multidimensional Effects of Political Involvement", **Op. Cit.**, p. 972.

(66) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Media and the Foundations of Presidential Support: George Bush and the Persian Gulf Conflict", **Op. Cit.**, p. 173.

(67) Robert Goidel et al., **Op. Cit.**, pp. 291-292.

(68) Joanne Miller & Jon Krosnick (1998), **Op. Cit.**, pp. 8-16.

(69) **Ibid., pp. 16-21.**

(70) David Domke et al., **Op. Cit.**, pp. 55-69.

(71) Robert Goidel et al., **Op. Cit.**, p. 394.

(72) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993), "The Media and the Foundations of Presidential Support: George Bush and the Persian Gulf Conflict", **Op. Cit.**, pp. 178-180.

(73) Robert Goidel et al., **Op. Cit.**, p. 297.

(74) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Impact of the Gulf War On the Ingredients of Presidential Evaluations: Multidimensional Effects of Political Involvement", **Op. Cit.**, p. 963.

(75) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Media and the Foundations of Presidential Support: George Bush and the Persian Gulf Conflict", **Op. Cit.**, p. 177.

(76) **Ibid.**, p. 178.

(77) **Ibid.**, pp. 178-180.

(78) **Ibid**, p. 179.

(79) Shanto Iyengar & Donald Kinder (1987), **Op. Cit.**, pp. 82-89.

(80) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Media the Foundations of Presidential Support: George Bush and the Persian Gulf Confiet", **Op. Cit.**, p. 171.

(81) Joanne Miller & Jon Krosnick (1998), **Op. Cit.**, p. 270.

(82) Joanne Miller & Jon Krosnick (1997), **Op. Cit.**, p. 20.

(83) Shanto Iyengar & Donald Kinder (1987), **Op. Cit.**, pp. 82-89.

(84) **Ibid.**, pp. 82-89.

(85) **Ibid.**, pp. 90-97.

(86) Shanto Iyengar (1991), **Op. Cit.**, p. 115.

(87) Shanto Iyengar & Donald Kinder (1987), **Op. Cit.**, pp. 73-81.

(88) Jon Krosnik & Donald Kinder (1990), **Op. Cit.**, p. 501.

(89) Shanto Iyengar et al. (1984), **Op. Cit.**, p. 786.

(90) Jon Krosnick & Donald Kinder (1990), **Op. Cit.**, pp. 498-511.

(91) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Impact of the Gulf War on the Ingredients of Presidential Evaluations: Multidimensional Effects of Political Involvement", **Op. Cit.**, p. 972.

(92) Joanne Miller & Jon Krosnick (1998), **Op. Cit.**, pp. 8-16.

(93) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Impact of the Gulf War on the Ingredients of Presidential Evaluations: Multidimensional Effects of Political Involvement", **Op. Cit.**, p. 966.

(94) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Media and the Foundations of Presidential Support George Bush and the Persian Gulf Conflict", **Op. Cit.**, pp. 177-180.

(95) Robert Goidel et al., **Op. Cit.**, p. 297.

(96) Joanne Miller & Jon Krosnick (1997), **Op. Cit.**, p. 270.

(97) Joanne Miller & Jon Krosnick (1998), **Op. Cit.**, pp. 15-20.

الفصل الرابـــع

نماذج تشكيل الاتجاهات من منظور الاستجابة المعرفية

- ELM
- RAS

تمهـــــيد :

حاول الباحثون تقديم النماذج التى تشرح وتفسر عملية تشكيل اتجاهات الــــرأى العام، وقد تعددت المنطلقات النظرية والتوجهات الفكرية لهذه النماذج، وبــــرز بينـــها الاتجاه المعرفى الذى بدأ فى دراسات الإعلام منذ أواخر الستينيات من القرن العشـوين حيث ازداد التركيز على التفاعلات المعرفية والذاتية للأفراد تجاه الرسائل الإعلاميـــة، وقد قام أنتونى جرينولد Greenwald بجمع أجزاء مـــن مختلــف نظريـــات تشـــكيل الاتجاهات، ودمج بينها فى نظرية جديدة أسماها نظرية الاستجابة المعرفية Cognitive Response Theory.

وقد ظهرت بعد ذلك العديد من النماذج القائمـــة علـــى الاســـتجابات المعرفيـــة Cognitive Response-Based Models ومنـــها نمـــوذج "احتماليـــة إعمـــال العقـــل" Elaboration Likelihood Model الذى وضعه بيتى وكاسيوبو Petty & Casicoppo عام ١٩٨٦ وقدما من خلاله تفسيرات لعديد من الظواهر النفسية والاجتماعيـــة قائمـــة على منظور الاستجابة المعرفية.

ويعد نموذج "إحتمالية إعمال العقل" من أهم نماذج تشـــكيل الاتجاهـــات علـــى المستوى الفردى خلال السبعة عشرة عاماً الماضية، كمـــا يعتـــبره بعـــض البـــاحثين خلاصة الإنتاج العلمى فى دراسة الاتجاهات على مدى ثمانين عاماً[١]، حيث إنه جـــاء للتوفيق بين النماذج المتضاربة، وتفسير هذا التضارب، وإعطاء صورة متكاملة لعمليـة تشكيل الاتجاهات واضعاً فى الاعتبار جميع عناصر ومتغيرات العملية الاتصالية.

ومن النماذج التى ظهرت أيضاً كنتيجة للثورة المعرفية فى العلوم الاجتماعيـــة نموذج "التلقى – القبول – العينة" لزيللر (١٩٩٢) Zaller's Reception- Acceptance Sample Model، وهو نموذج لتشكيل اتجاهات الرأى العام على المســـتويين الفـــردى والمجتمعى، ويعتبره بعض الباحثين من أهم الإسهامات العلمية التى تم تقديمـــها فـــى مجال الرأى العام[٢].

ويركز نموذج زيللر على التأثيرات الأكثر تعقيداً فى أثناء معالجة المعلومـــــات بدلاً من التركيز على السلوك السياسى الظاهر، وهو فى ذلك امتداد للاتجاه الذى سلكته

نظريات وضع الأجنــــدة Agenda-Setting، والتهيئـــة Priming، ووضـــع الإطـــار Framing، وهى نظريات وجدت تأييداً إمبريقياً قوياً فى الدراسات التجريبية أولاً ثـــم فى الدراسات المسحية بعد ذلك.

وانطلاقاً من أهمية النموذجين اللذين تم الإشارة إليهما، فإن هذه الدراسة تســعى لاختبار فروضهما بالتطبيق على قضيتين مختلفتين للتعـــرف علـــى مـــدى ملاءمـــة النموذجين للمجتمع المصرى، ومدى مناسبتهما لخصائصه.

ويمكن عرض عناصر الدراسة فى المبحثين التاليين:

المبحث الأول: الإطار النظرى للدراسة، ويقدم عرضاً لنموذجى ELM و RAS ومـــا يتعلق بهما من دراسات.

المبحث الثانى: الإطار التطبيقى للدراسة، ويتم فيه عرض الإجراءات المنهجية ونتـائج تطبيقين أجرتهما الباحثة لاختبار النموذجين فى المجتمع المصرى.

المبحث السابع

الإطار النظرى للدراسة

أولاً: نموذج احتمالية إعمال العقل: Elaboration Likelihood Model (ELM)

يقدم نموذج احتمالية إعمال العقل ELM هيكلاً عاماً متكاملاً لتنظيم وتصنيـــف وفهم العمليات الأساسية المتضمنة فى تأثير الرسائل الإعلامية[٣]، ويحدد عـــدداً مـــن الطرق التى من خلالها يمكن لكل من المصدر والرسالة وغيرهـــا مـــن المتغـــيرات المتعلقة بالعملية الاتصالية إحداث التأثير المطلوب وتغيير الاتجاه، كما يرتكز النمـــوذج على فكرة مؤداها أن الأفراد يسعون لتكوين اتجاهات صحيحة (أى اتجاهات تفيد فـــى التكيف مع البيئة المحيطة) [٤].

ويتمثل مفهوم الاتجاه من منظور النموذج فى التقييمات العامـــة التـــى يتبناهـــا الأفراد تجاه أنفسهم وتجاه الآخرين وأيضاً تجاه الأشياء والقضايا المختلفة، وترتكز هذه التقييمات على العديد من الخبرات المعرفية والوجدانية والسلوكية[٥].

ويرتكز النموذج على الفكرة القائلة بأن المتلقين يختلفون فيما بينـــهم فـــى كـــم المجهود العقلى الذى يحتمل أن يبذلوه فى معالجة الرســـائل التـــى تســـتهدف تغيـــير اتجاهاتهم، وذلك باختلاف الظروف المتعلقة بالرسالة والظروف المحيطة بها[٦]، وهـــو ما يشير إليه مصطلح إعمال العقل Elaboration الذى يقوم على الربط بين المعلومات التى تحملها الرسالة والمعرفة السابقة لدى الفرد وتحقيق التكـــامل بينـــهما[٧]، ويمكـــن تخيل عملية إعمال العقل Elaboration باعتبارها متصلاً Continuum يبدأ فى أحـــد طرفيه من اللا تفكير فى المعلومات المقدمة على الإطلاق وينتهى فى طرفه الآخر إلى التفكير التام فى كل التفاصيل والجزئيات المتعلقة بالمعلومات المقدمـــة فـــى الرســـالة ودمجها فى عقل الفرد فى بناء معرفى يمثل الاتجاه نحو الموضوع[٨] أى أنها متصـــل لحجم المجهود المعرفى العقلى المبذول[٩].

طرق تغيير الاتجاهات وفقاً للنموذج:

يفترض النموذج أن هناك طريقين لتغيير الاتجاه، أولهما: الطريـــق المركـــزى Central Route، وثانيهما: الطريق الهامشى Peripheral Route[١٠]. ويدقق الأفـــراد الذين يتبعون الطريق المركزى فى الأفكار التى يتعرضون لها ويحاولون الوقوف على مزاياها الحقيقية ويفكرون ملياً فى دلالاتها، أى أنهم يحـــاولون معالجـــة المعلومـــات الجديدة التى يتعرضون لها بأسلوب عقلانى، أما الأفراد الذين يتبعون الطريق الهامشى

فإنهم يسلكون طرقاً مختصرة لاتخاذ قراراتهم بقبول أو رفض الرسائل التى يتعرضون لها حيث يعتمدون على مجموعة مفاتيح تمكنهم من الحكم على ما يتعرضون لــه دون بذل مجهود عقلى مرهق(١١).

محددات الاعتماد على كل من نوعى المعالجة:

إن الطريق الهامشى له ميزة اقتصادية إذ لا يتطلب مجهوداً عقلياً يذكــر حيــث إنه يعتمد على تقييم الرسالة على أسس مفتاحية ليس لها علاقة بالمحتوى ولكــن فــى مقابل تلك الميزة فإن الطريق الهامشى لا يمكن الوثوق فى الحكم مــن خلالــه علــى صحة الرسالة أو قوتها، فالأفراد قد يتقبلون (أو يرفضون) بعض الرسائل التــى كــان من الممكن أن يرفضوها (أو يتقبلوها) إذا بذلوا الجهد أو الوقت اللازمين لمعالجتــها. ويفترض الاتجاه الوظيفى أن الأفراد يتبعون الطريق المركزى إذا كانت الاعتبــارات المتعلقة بمدى صحة الحكم على الرسالة تفوق الاعتبارات الاقتصاديــة بينمــا يســود الطريق الهامشى إذا تغلبت الاعتبارات الاقتصادية(١٢).

ويعد مستوى الدافعية محدداً أساسياً لأى الطريقين يتــم اتباعــه، وذلــك علــى النحو الآتى:

١. يتم اتباع الطريق المركزى فى حالة القضايا ذات الارتباط الشــخصى القــوى إذ يعتمد الأفراد فى هذه الحالة على الأدلة القوية.
٢. يتم اتباع الطريق الهامشى فى حالة القضايا ذات الارتباط الشخصى الضعيــف إذ يعتمد الأفراد بشكل أساسى على المفاتيح الهامشية مثل مصداقية المصدر.

وهناك عوامل ثلاث أخرى تزيد من احتمالية إعمال العقل أى اتبــاع الطريــق المركزى، وهى:

١. عندما يشعر الفرد بمسئوليته الفردية عن تقييم الرسالة.
٢. عندما تزداد لدى الفرد الحاجة إلى المعرفة والوعى بأن هناك عدداً من المصــادر يتبنون وجهة النظر ذاتها بشرط ألا يكون هناك علاقة بين هذه المصادر.
٣. تزداد قدرة الفرد على اتباع الطريق المركزى عندما تتميز البراهين والحجج التــى تحتويها الرسالة بالبساطة النسبية ويتم تكرارها عدداً كافياً من المرات(١٣).

الانواع المختلفة من المفاتيح الهامشية:

هناك عدة مفاتيح توجه عملية تشكيل الاتجاهات من أهمها:

- **المصداقية:** وهى تشير إلى ميل الأفراد إلى تصديق المصـــادر ذات المصداقيـــة والثقة فيما تقول.
- **الحب:** وهو يشير إلى ميل الأفراد إلى الاتفاق مع المصادر التى يحبونها.
- **الإجماع:** وهو يشير إلى ميل الأفراد إلى الاتفاق مـــع المواقــف التـــى تؤيدهـــا الأغلبية.

وهناك مؤشرات أخرى مثل: عدد الحجج والبراهين المقدمة وطـــول الرســـالة وخبرة المصدر[١٤]، وهناك عوامل أخرى مثل: رد المجاملـــة والاتســـاق والبرهـــان الاجتماعى والسلطة والندرة[١٥].

الحدوث المتزامن لكل من نوعى المعالجة:

يذهب شايكن وزملاؤه (١٩٨٩) إلى أن الطريق المركزى والطريق الهامشـــى يمكن اتباعهما فى وقت واحد، ومن ثم يكون لهما تأثيرات جمعيـــة وتفاعليـــة علـــى اتجاهات الأفراد[١٦].

وهناك العديد من الأمثلة على الحدوث المتزامن والاعتماد المتبادل بين نوعـــى المعالجة، فعلى سبيل المثال: التناقضات الصارخة بين الدلالات الإقناعية فـــى مفتـــاح هامشى معين وبين محتوى الرسالة قد تدفع الأفراد الأقل انغماساً لبـــذل مزيـــد مـــن المجهود العقلى لتشكيل اتجاهات تتسق مع الأفكار التى يتم توليدها أى أن الأفراد الذين لا يميلون بطبيعتهم إلى إمعان التفكير فى محتوى الرسائل قد يضطرون إلـــى القيـــام بذلك عندما لا يثقون فى النتائج المترتبة على اعتمادهم على المفاتيح الهامشية[١٧].

التأثيرات المترتبة على كل من نوعى المعالجة:

- إن الاتجاهات الناتجة عن اتباع الطريق المركزى فى معالجة المعلومـــات تكـــون أكثر قوة واستمرارية من تلك الاتجاهات الناتجـــة عـــن ميكانيزمـــات الطريـــق الهامشى، كما أنها أكثر ثباتاً[١٨]، ولكن يمكن للاتجاه الذى يتم تغييره عبر الطريق الهامشى أن يستمر فقط إذا تم دعمه فيما بعد ببراهين عقلانية مؤيدة[١٩].

- إن الاتجاهات الناتجة عن اتباع الطريق المركزى تكون أكــثر مقاومـــة للتغيــير والهجوم المضاد.
- إن الاتجاهات الناتجة عن اتباع الطريق المركزى تجعلنا أكثر قدرة علـــى التنبــؤ من خلالها بالسلوك المستقبلى مقارنة بتلك الاتجاهـــات الناتجــة عــن الطريــق الهامشى[٢٠].

فرضيات النموذج:

الفرضية الأولى: توجد لدى الأفراد الدافعية لتبنى اتجاهات صحيحة[٢١].

الفرضية الثانية: بالرغم من ميل الأفراد لتبنى اتجاهات صحيحة، فإن مستوى وطبيعـة التفكير فى القضية التى يقوم الأفراد بتقييمها يختلف حســب العوامــل الفرديــة والظروف المحيطة[٢٢].

الفرضية الثالثة: تؤثر المتغيرات المختلفة على مستوى واتجاه التغيير فى الاتجاهــات إما لكونها براهين وحجج إقناعية أو مفاتيح هامشية، أو عن طريق التأثير علــى درجة واتجاه التفكير فى القضية والبراهين المقدمة من خلالها[٢٣].

الفرضية الرابعة: إن التأثير على دافعية أو قدرة الأفراد على معالجة الرسائل بأســلوب يتسم بالموضوعية يتم من خلال تعزيز أو تقليل درجة التفكير (إعمال العقل فــى البراهين المقدمة فى الرسائل[٢٤].

الفرضية الخامسة: كلما انخفضت الدافعية أو القدرة على معالجة البراهين المقدمة مــن خلال الرسائل ازدادت أهمية المفاتيح الهامشية كمحددات لعملية تغيير الاتجــاه، والعكس صحيح فكلما ازدادت الدافعية أو القدرة على معالجة البراهين المقدمـــة من خلال الرسائل انخفضت أهمية المفاتيح الهامشية كمحددات لعمليـــة تغيــير الاتجاه[٢٥].

الفرضية السادسة: إن المتغيرات التى تؤدى إلى المعالجة المتحيزة للرسالة تقوم بذلــك من خلال التأثير على الدافعية أو القدرة على معالجة الأفكار المرتبطة بالقضيــة إما بصورة إيجابية أو سلبية[٢٦].

الفرضية السابعة: إن تغيير الاتجاه الذى ينتج عن معالجة البراهين المرتبطة بالقضيـــة

(الطريق المركزى) يؤدى إلى ثبات الاتجاه بدرجة أكبر، وإمكانية التنبـــؤ مـــن خلاله بالسلوك، كما أن الاتجاه يكون أكثر مقاومة للهجوم المضـــاد مـــن تلـــك الاتجاهات الناتجة عن المفاتيح الهامشية(٢٧).

منهجية قياس مستوى إعمال العقل:

يتم قياس مستوى إعمال العقل من خلال عدة طرق تتمثل فى الآتى:

- الطريقة الأولى:

وهى أبسط الطرق وتتضمن سؤال الناس بصورة مباشرة عن كم المجهود الـذى بذلوه فى معالجة الرسالة أو القضية، ولكـــن يعيـــب هـــذا الأســـلوب أن الأفـــراد لا يستطيعون فى كل الأحوال التعرف على العمليات العقلية التى يقومون بها.

- الطريقة الثانية:

تقوم على استخدام المقاييس النفس فسيولوجية مثل قياس تعبيرات الوجه للتميـيز بين ردود الأفعال الإيجابية والسلبية تجاه الرسالة التى يتم التعرض لها. ويتمـــيز هـــذا الأسلوب بأنه يستطيع قياس العمليات السيكولوجية عبر الزمن، وأقل عرضـــة لتـــأثير التصنع وعدم قدرة الأفراد على التذكر أو ذكر الأفكار التى تجول بأذهانهم.

- الطريقة الثالثة:

تقوم على استخدام تكنيك ذكر الأفكـــار **Thought-listing Technique** الـذى وضعه بروك (١٩٦٧) **Brock** وجرينوالد (١٩٦٨) **Greenwald**، وفى هذه الطريقـــة يقوم الأفراد بذكر أفكارهم إما قبل أو أثناء أو بعد التعرض للرسالة، ويتم بعـــد ذلـــك تصنيف الأفكار إلى وحدات ذات معنى ودلالة (مثال: حجج مضادة، أفكـــار مرتبطـــة بمصدر الرسالة، وغيرها من الأفكار)، وذلك التصنيف يتم إما من قبل الأفراد أنفســـهم أو محكمين مستقلين.

- الطريقة الرابعة:

تتمثل فى التحكم فى قوة الحجج والبراهين التى تقدمها الرســـالة(٢٨)، حيـــث إن قدرة الأفراد على التمييز بين الحجج والبراهين الإقناعية القوية والحجـــج والـــبراهين الإقناعية الضعيفة ومن ثم التأثر بالقوية منها يعبر عن مستوى مرتفـــع مـــن إعمـــال

العقل.

متغيرات النموذج:

يصنف النموذج المتغيرات وفقاً لدورها فى عملية معالجة الرسائل، ومن ثم فـــى تغيير الاتجاهات على النحو الآتى:

أولا: متغيرات مرتبطة بدافعية الفرد لمعالجة الرسالة.

ثانيا: متغيرات مرتبطة بقدرة الفرد على معالجة الرسالة.

ثالثا: متغيرات مؤدية للمعالجة المتحيزة.

رابعا: متغيرات ذات تأثيرات مزدوجة.

وفيما يلى استعراض لنتائج بعض الدراسات التى تناولت متغـــيرات الدراســـة المنبثقة عن هذا النموذج:-

(١) متغير الانغماس:

يعد مفهوم الانغماس واحداً من المفاهيم الأساسية التى تتمركز حولها الأبحـــاث فى مجال الإعلام والدراسات التى تتناول استخدامات وتأثيرات وســـائل الإعـــلام(٢٩). ويقدم نموذج ELM تفسيراً لتأثير الانغماس يتمثل فى أنه كلما ارتفع مستوى الانغماس فى القضية أصبح الفرد أكثر دافعية لمعالجة البراهين والحجج المتضمنة فى الرســـالة المقدمة(٣٠). ويلاحظ أن ارتفاع مستوى الانغماس يدعم المعالجة الموضوعية للرســـالة عندما يكون لدى الأفراد قدر محدود نسبياً من المعلومات عن القضية، وكذلك عندمـــا تكون المعلومات التى لديهم متوازنة، ولكن بشرط أن يكون اتجاهـــهم المســـبق عـــن القضية إما محايداً نسبياً أو ضعيفاً، بينما تصبح المعالجة متحـــيزة ناحيـــة الســـلبية إذا ازدادت لدى الأفراد المعلومات المؤيدة لاتجاه معين وازدادت شدة هذا الاتجاه(٣١).

وقد تعددت أهداف الدراسات التى تناولت متغير الانغماس على النحو الآتى:

- حاولت بعض الدراسات معرفة تأثير طبيعة الرسالة على الأفراد ذوى المســـتويات المختلفة من الانغماس، ومن هذه الدراسات:
- الدراسة التى أجراها جونسون (١٩٩٤) على ٢١١ مبحوثاً من طـــلاب جامعـــة بيرديو حيث أشارت نتائجها إلى أن الأفراد الأعلى انغماساً أكثر تأثراً بالرســـائل

القوية حيث تصدر عنهم استجابات معرفية أكثر إيجابية كما تتأثر اتجاهاتهم بـهذه الرسائل، كما وجد الباحث أن ارتفاع مستوى الانغمـاس يحـول دون المعالجـة المتحيزة بالنسبة للأفراد الذين ليست لديهم معرفة سابقة بالموضوع(٣٢).

- الدراسة التى أجراها محمد بورسلامى (١٩٩٦) على ٢٠١ من طلاب الجامعـة لإقناعهم ببعض العادات الصحية حيث أشارت النتائج إلـى أن الأفـراد الأكـثر انغماساً هم الأكثر تأثراً بالرسالة التى يتعرضون لها إذا كانت الرسالة متفقة مـع اتجاهاتهم المبدئية(٣٣).

- الدراسة التى أجراها تارانت وأوفرديفيسـت (١٩٩٧) **Tarrant & Overdevest** على عينة مكونة من ٥٠٠ مبحوثاً حيث أشـارت نتائجـها إلـى أن الاتجاهـات الإيجابية ازدادت شدة فى حالة المجموعة الأكثر انغماساً والتى تعرضت لرسـالة قوية(٣٤).

وهذه النتائج إن دلت على شئ، فإنما تدل على أن قوة الرسالة وما تثـيره مـن أفكار فى ذهن المتلقى قد تكون أكثر أهمية من اتجاه الرسـالة ومـدى اتفاقـها مـع الاتجاهات المسبقة للمتلقى، وذلك فى حالة الأفراد ذوى المسـتويات المرتفعـة مـن الارتباط الشخصى حيث يرتفع لديهم الدافع لمعالجة الرسالة وإعمال العقل فيها.

وفيما يلى استعراض لبعض الدراسات التى توضح الطريق الذى يسلكه الأفـراد ذوو المستويات المختلفة من الانغماس فى معالجة المعلومات والرسائل سـواء كـان الطريق المركزى أو الطريق الهامشى:

- فى الدراسة التى أجراها ميتزلر وزملاؤه (٢٠٠٠) **Metzler** على ٢٩٨ مبحوثـاً فى الصف التاسع الدراسى لمعرفة تأثير الرسائل الصحية التى تهدف إلى وقايـة المراهقين من الأمراض الجنسية مثل الإيدز، وجد الباحثون أن المبحوثين الأقـل انغماساً كانوا أكثر تأثراً بمصداقية المصدر مقارنة بقوة الرسالة أى أنـهم اتبعـوا الطريق الهامشى فى معالجة الرسائل(٣٥).

- ومن الدراسات التى أوضحت إمكانية تأثر الأفراد الأعلى انغماساً ببعض المفـاتيح الهامشية الدراسة التى أجرتها ريدر (١٩٩٤) **Rader** حيث وجدت أن الموسـيقى

بالرغم من كونها مفتاحاً هامشياً إلا أنها أثرت على اتجاهـــات الأفـــراد الأكـــثر انغماساً، وهذه النتيجة تدعم وجهة نظر شايكن **Chaiken** القائلة بـــأن اتجاهـــات الأفراد الأكثر انغماساً يمكن أن تتشكل من خلال بعض المفاتيح الهامشـــية حيـــث يمكن حدوث تزامن بين معالجة المفاتيح الهامشية والمفاتيح الرئيسية[٣٦].

- وعن تأثير التعرض لرسائل تحصينية **inoculation messages** على الأفـــراد ذوى المستويات المختلفة من الانغماس أجرى واى بينج لى (١٩٩٧) دراسة على ٦٨٧ طالباً توصل من خلالها إلى أن الأفراد الأكثر انغماساً نظـــراً لارتفـــاع مســـتوى دافعيتهم لمعالجة الرسائل فهم لا يتأثرون بترتيب عرض الرسائل، وإنما يعملـــون عقولهم فى كل ما يتعرضون له[٣٧].
- ولمعرفة تأثير اختلاف أنماط التفكير بين الثقافات المختلفة على تشكيل الاتجاهـات والاستجابات المعرفية نحو الرسائل الإعلامية فى ظل اختلاف مستوى الانغماس، أجرى ديفيز **Davis** (٢٠٠٠) دراسة قارن خلالها بين تأثير الأسلوب المنطقى فى الثقافة الغربية (الولايات المتحدة الأمريكية) وتأثير الأسلوب الدياليكتيكى فى الدول الشرق آسيوية (كوريا)، وقد توصلت الدراسة إلى أن الأمريكيين الأكثر انغماســـاً كانوا أكثر تأثراً بالرسائل التى قدمت عدداً أكبر من البراهين القوية كمـــا كـــانت لديهم قدرات انتقادية أكبر للرسائل التى يتعرضون لها، بينما لم تكن هناك فـــروق ذات دلالة بين الأكثر والأقل انغماساً من الكوريين حيث كانوا جميعاً يميلون إلـــى التأثر بعدد البراهين وليس بقوتها، أى أنهم كانوا أكثر تأثراً بالمفـــاتيح الهامشـــية، كما لم يصدر عن الأفراد الأكثر انغماساً أفكار انتقادية للرسائل[٣٨].

(٢) *متغير الحاجة للمعرفة*:

يعد متغير الحاجة للمعرفة من أكثر المتغيرات التى ارتبطت بنموذج احتماليـــة إعمال العقل حيث وضع المقياس الخاص به بيتى وكاسيوبو (١٩٨٢)، ويقصد بالحاجة للمعرفة ميل الفرد للتفكير والاستمتاع بذلك[٣٩] وقد اهتم الباحثون بدراســـته وتعـــددت أهداف الدراسات الخاصة به، وهذا ما يوضحه العرض التالى لبعض هذه الدراسات:

- حاولت بعض الدراسات التعرف على العلاقة بين متغير الحاجة للمعرفة وغـــيره

من الصفات، ومنها: دراسة كارتر (١٩٩٨) التى توصلت إلى أن الأفراد الأكـــثر حاجة للمعرفة أكثر فاعلية فى المهام المرتبطة باتخاذ القرارات داخل الجماعـــات مقارنة بالأفراد الأقل حاجة للمعرفة، كما أنهم كانوا أكـــثر ميـــلاً للدخـــول فـــى مناقشات[٤٠].

- دراسة ويس (٢٠٠٠) Weiss التى توصلت نتائجها إلى أن الأفراد الأقل حاجـــة للمعرفة ترتفع لديهم نسبة حدوث الأخطاء لأنهم أقل استمتاعاً بالمهام التى تتطلـب مجهوداً عقلياً كبيراً[٤١].
- وقد أجريت كثير من الدراسات للتعرف على العلاقة بين مستوى الحاجة للمعرفـة والأسلوب الذى يتم اتباعه لمعالجة الرسائل التى يتم التعرض لـــها، ومـــن هـــذه الدراسات:
- فى دراسة لجرير (١٩٩٦) Greer استهدفت التعرف على تأثير التعرض لتقـارير متابعة الانتخابات الأمريكية على اتجاهات الأفراد ذوى المستويات المختلفة مـــن الحاجة للمعرفة نحو المرشحين، أشارت نتائج الدراسة إلى أن الأفراد الأقل حاجـة للمعرفة لم يتأثروا على الإطلاق بهذه التقارير بينما تأثر الأفراد الأكـــثر حاجــة للمعرفة بالتقارير التى تضمنت براهين وحجج قوية[٤٢].
- وفى دراسة ميشيلز (١٩٩٧) Michaels التى أجراها علـــى ٣٤٤ مـــن طـــلاب الجامعة أشارت نتائج الدراسة إلى أن الأفراد الأعلى فى مستوى الحاجة للمعرفـة كانوا أكثر تأثراً بالرسائل ذات البراهين القوية مقارنة بالرسائل التى تهتم برســـم الصورة الذهنية، أما بالنسبة للأفراد الأقل فى مستوى الحاجة للمعرفة فإنـــهم لـــم يتأثروا بمدى قوة الرسائل بينما كانوا أكثر تأثراً بالرسائل التى تهتم برسم الصورة الذهنية، وذلك يؤكد أن الأفراد الأكثر حاجة للمعرفة يتبعون الطريـــق المركـــزى بينما الأفراد الأقل حاجة للمعرفة يعتمدون على المفاتيح الهامشية[٤٣].
- وفى دراسة أجراها إيشتن (١٩٩٨) Estin للتعرف على تـــأثير الرســـائل التـــى تتضمن أمثلة توضيحية على ذوى المستويات المختلفة مـــن الحاجـــة للمعرفـــة، أشارت نتائج الدراسة إلى أن الأفراد الأعلى حاجة للمعرفة كـــانوا أكـــثر تـــأثراً

بالرسائل التى تضمنت أمثلة توضيحية حيث إن هؤلاء الأفراد تزداد لديهم الدافعية لمعالجة الرسائل، وهذه الأمثلة تشبع احتياجاتهم العقلية وتمثل تحدياً بالنسبة لـــهم للتفكير فى حجج مضادة(٤٤).

- وفى دراسة لماكوليامز (٢٠٠٠) **McWilliams** قام بتطبيقها على عينة من رجال القضاء للتعرف على تأثير المفاتيح الهامشـــية علـــى الأفـــراد ذوى المســـتويات المختلفة من الحاجة للمعرفة، أشارت نتائج الدراسة إلى أن القضاة الأكثر حاجـــة للمعرفة كانوا أكثر تأثراً بالمفاتيح الهامشية المصاحبة لسياق عـــرض القضيـــة. ولكن ذلك لم يكن على حساب إعمال العقل فى البراهين والحجج، ولكنهم اعتمدوا على هذه المفاتيح كعامل مساعد فى الحكم على القضية، فدافعيتهم للمعرفة جعلتهم حريصين على الوصول لهذه المعرفة بأية وسيلة(٤٥).
- وفى الدراسة التى أجراها هروبيس (٢٠٠١) **Hrubes** حول تأثير الاتصال غـــير اللفظى على الأفراد ذوى المستويات المختلفة من الحاجة للمعرفة، أشارت نتـــائج الدراسة إلى أن السلوك غير اللفظى للقائم بالاتصال كان بمثابة مفتـــاح هامشـــى للأفراد الأقل حاجة للمعرفة(٤٦).
- ولكن فى الدراسة التى أجراها بيردن (٢٠٠٢) **Bearden** على عينة مكونة مـــن ٣٠١ مبحوثاً من المترددين على إحدى الكنائس فى جنوب شرق الولايات المتحدة بهدف التعرف على تأثير متغير الحاجة للمعرفة على تشكيل الاتجاهات فى حالـــة التعرض لمواعظ دينية مصاغة بأسلوب قصصى وتتفاوت فـــى مـــدى وضـــوح الأهداف التى ترمى إليها، أشارت نتائج الدراسة إلى أنه لا توجـــد علاقـــة بيـــن مستوى الحاجة للمعرفة والاتجاه نحو المواعظ، ويمكن إرجاع ذلك إلـــى طبيعـــة الموضوع وإلى الأسلوب القصصى الذى تمت به صياغة المواعظ مما لم يستحث الأفراد الأكثر حاجة للمعرفة إلى إعمال عقولهم ومن ثم إلى الاختلاف عن الأفراد الأقل حاجة للمعرفة(٤٧).

(٣) *متغير الميل للجدال*:

أجريت العديد من الدراسات للتعرف على العلاقة بين سمة الجدليـــة وتشـــكيل

الاتجاهات، ومن هذه الدراسات.

- دراسة لاندز (١٩٨٨) **Landis** التى شارك فيها ٣٦٠ مبحوثـــاً فـــى مناقشـــات جماعية بهدف إحداث إجماع للرأى، وقد أوضحت نتـــائج الدراســـة أن الأفـــراد الأكثر ميلاً للجدال كانوا أقل استعداداً لتغيير آرائهم واتجاهاتهم(٤٨).
- دراسة كازولياس (١٩٩٢) **Kozoleas** التى أجراها على طلاب الجامعة للتعـــرف على تأثير سمة الميل للجدال على عملية تشكيل الاتجاهات وتوليـــد الاســـتجابات المعرفية، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن الأفراد الأكثر ميلاً للجدال كانوا أكـــثر مقاومة للرسائل التليفزيونية والصحفية التى تعرضوا لها، كمـــا أن الاســـتجابات المعرفية الصادرة عنهم كانت أكثر سلبية تجاه هذه الرسائل(٤٩).
- وقد تأكدت نتائج الدراسة السابقة فى دراسة أخرى أجراهـــا كازوليـــاس (١٩٩٣) على ١٨٨ طالباً حيث وجد أن الطلاب الأكثر ميلاً للجدال كانوا أكـــثر مقاومـــة للتغيير فى اتجاهاتهم، وأكثر قدرة على إصدار حجج وبراهين مضـــادة للرســـائل التى يتعرضون لها(٥٠).
- وفى الدراسة التى أجرتها ليكليرك (١٩٩٧) **Leclerc** وجدت أن المبحوثين الأكثر ميلاً للجدال يلجأون إلى الجدال كوسيلة لدعم اتجاهاتهم ومعتقداتهم السابقة، ممـــا يجعلهم أقل تأثراً بالرسائل التى يتعرضون لها مقارنة بـــالمبحوثين الأقـــل ميـــلاً للجدال(٥١).

(٤) متغير نوع الوسيلة: Modelity Variable

يحاول الباحثون فى مجال الإعلام دراسة خصائص كل وسيلة والتعرف علـــى مزاياها النسبية بحيث يمكنهم توظيف كل وسيلة التوظيف الأمثل لها لتحقيق الأهـــداف الإعلامية المختلفة، وقد أجريت العديد من الدراسات للتعرف على تأثير كـــل وســـيلة على عملية تشكيل الاتجاهات، ومن هذه الدراسات:

- الدراسة التى أجراها رولى (١٩٩٧) لاختبار الفارق بين القدرة الإقناعية لكل مـــن الصحافة والإذاعة، وتوصلت نتائجها إلى أن تقديم الرسالة من خلال الإذاعة كـــان أكثر تأثيراً من تقديمها من خلال الصحافة(٥٢).

- ولمعرفة تأثير استخدام الوسائط المتعددة على تشكيل الاتجاهات، أجرت جوبـــال (١٩٩٦) Gopal دراسة على ٨٧ من طلاب الجامعة، وتوصلت الدراسة إلـــى أن هناك فروقاً ذات دلالة بين اتجاهات المبحوثين الذين تعرضوا لرسائل بها صـــوت وحركة من ناحية واتجاهات المبحوثين الذين تعرضوا لنصوص مكتوبة وصـــور ثابتة من ناحية أخرى حيث كانت اتجاهات المجموعة الأولى أكثر إيجابيـــة نحـــو الموضوع الذى تم التعرض له[٥٣].
- ولمعرفة تأثير الشكل الذى تقدم من خلاله الرسالة الإعلاميـــة ومـــدى ملاءمتـــه للقدرات العقلية للمتلقين، أجرى بيكر (١٩٩٩) Bakker دراسة على ١١٩ مبحوثاً فى سن المراهقة، وطلب منهم التعبير عن اتجاهاتهم نحو الجنـــس الآمـــن بعـــد تعريضهم لرسالة مقدمة فى شكل كارتون أو رسالة مكتوبة، وقد توصلت الدراسة إلى أن كلتا الرسالتين لهما تأثير إيجابى على اتجاهـــات المراهقيـــن، وإن كـــانت الرسالة المقدمة فى شكل كارتونى أكثر تأثيراً على الأفراد الأقـــل فـــى مســـتوى الحاجة للمعرفة بينما الرسالة المكتوبة أكثر تأثيراً على الأفراد الأعلى فى مستوى الحاجة للمعرفة مما يوضح أن الشكل الذى تقدم من خلالـــه الرســـالة الإعلاميـــة يكون أكثر تأثيراً إذا تناسب مع القدرات العقلية للمتلقين[٥٤].

ثانياً: نموذج "*التلقى – القبول – العينـة*": Reception- Acceptance Sample Model (RAS)

يحاول النموذج الجمع بين مزايا اتجاهين مختلفين فى دراسة تـــأثيرات وســـائل الإعلام؛ الاتجاه الأول يربط بين التغيرات التى تحدث فى الرأى العام على المســـتوى الجمعى aggregate-level Changes والتغيرات التى تحـــدث فـــى محتـــوى وســـائل الإعلام، وبالتالى فإنه عندما تقدم وسائل الإعلام اتجاهات مختلفة ومتعارضـــة بصـــدد قضية معينة فإنه من الممكن قياس تأثير كل من هذه الاتجاهات على الرأى العام، أمـــا الاتجاه الثانى فيركز على ديناميكيات تغيير الاتجاه على المستوى الفـــردى موضحـــاً اختلاف تأثير وسائل الإعلام من فرد لآخر حيث تعتمد التأثيرات علـــى عمليـــة ذات مرحلتين، وهما: التعرض للرسائل التى تقدمها وسائل الإعلام وفهمها (مرحلة التلقـــى)، وقبول محتوى هذه الرسائل (مرحلة القبول)، وهاتـــان العمليتـــان بدورهمـــا تتـــأثران

بمستوى الوعى السياسى لدى الفرد(٥٥)، كما يتناول النموذج تغــير الاتجاهــات عــبر فترات زمنية متعددة، ويقيس الفروق الفردية فى كل مـــن عمليتـــى التلقـــى والقبـــول للرسائل الإقناعية، ويركز على التـــأثيرات الناتجـــة عـــن تيـــارات المعلومـــات ذات الاتجاهات المتعددة والكثافات المختلفة(٥٦).

ويقوم نموذج زيللر على مجموعة من الافتراضـــات حـــول كيفيـــة اكتســـاب المواطنين للمعلومات وتحويلها إلى إجابات تعبر عن اتجاهاتهم (فى استقصاءات الرأى العام)، وبذلك يكون نموذج زيللر نموذجاً لمعالجة المعلومات(٥٧)، ويضع النموذج ثلاث خطوات رئيسية لمعالجة المعلومات تتمثل فى: تلقى الفرد للمعلومات، ثم قبوله لـــها (أو رفضها)، ثم اعتماده عليها لتكوين حكم أو اتجاه يكـــون مرتبطـــاً بـــهذه المعلومـــات التى تلقاها(٥٨).

ويهدف النموذج إلى تحليل العلاقة بين خطاب الصفوة فـــى وســـائل الإعـــلام والميكانيزمات المعرفية على المستوى الفردى(٥٩)، ويشـــير زيللـــر إلـــى أن الأفـــراد يتعرضون بصورة مستمرة لتيارات متدفقة من المعلومات والأخبـــار السياســـية التـــى تحاول معظمها جذب الرأى العام فى اتجاه معين، ونتيجة لانخفاض مستويات الانتبـــاه للسياسة والشئون العامة فإن معظم الأفراد يتلقون الأفكار المتعلقة بمعظم القضايـــا دون إخضاعها للنقد مما يترتب عليه امتلاء أذهانهم بمخزون كبير من الأفكار والمناقشـــات والاعتبارات غير المتسقة نسبياً، وبالتالى عندما يتم سؤالهم فى اســـتقصاءات الـــرأى العام فإنهم يسترجعون كماً كبيراً من هذه الأفكار المتاحة فى ذاكراتهم ويســـتخدمونها للاختيار من بين البدائل التى تقدم لهم فى استمارات الاستقصاء ولكـــن بمـــا أن هـــذه الاختيارات تتم بسرعة كبيرة فإنها تعتمد على اعتبار أو اعتبارين فقط ممـــا يصـــدف وجوده فى مقدمة أذهانهم وقت الإجابة على أسئلة الاستقصاء(٦٠).

متغيرات النموذج:

(أ) متغيرات خاصة بالمتلقى:

يتناول النموذج تأثير متغيرات مثل: الوعى السياسى، وتوجهات الفرد السياســـية مثل انتمائه الحزبى والأيديولوجى، كما يتناول تأثير بعض السمات الشـــخصية مثـــل:

تقدير الذات والسلطوية والقلق والذكاء، ومتغيرات ديموغرافية مثل: مســتوى التعليـم والسن والنوع والمستوى الاجتماعى الاقتصادى.

(ب) متغيرات خاصة بالرسالة مثل:

١. كثافة (انتشار) الرسالة **Message Intersity**: وتعنى قدرة الرسالة الإقناعيــة على اختراق وعى أفراد الجمهور، ويتحدد هذا المتغــير بنــاء علــى حجـم التغطية التى تحظى بها الرسالة فى التليفزيون، ومدى احتلالــها للصفحـات الأولى فى الصحف، كما يتحدد بالإضافة إلى ذلك بناء علــى مــدى اهتمـام الأفراد بالرسالة (القضية) [٦١]، وبناء على درجة حيويتها وسهولة فهمها[٦٢].

٢. مألوفية القضية **Issue Familiarity**: ويقصد بها مدى معرفة أفراد الجمــهور بالقضية التى تتناولها الرسالة[٦٣].

مراحل النموذج: يتضح من النموذج أن عملية تغيير الاتجاه تمــر بثــلاث مراحـل؛ المرحلة الأولى: هى تلقى الرسائل الإعلامية، والمرحلة الثانية هــى قبــول (أو عدم قبول) هذه الرسائل، ومن ثم يحدث تغيير الاتجاه أو ثباته وهــى المرحلـة الثالثة، وفيما يلى توضيح هذه المراحل:

المرحلة الأولى: مرحلة التلقى: وتشتمل على متغيرى التعرض والفهم، وعلى الرغـم من قدرة العمليات الانتقائية على الحيلولة دون حدوث تأثير للرسائل الإعلاميـة فإن تلك العمليات لا يمكن أن تحدث على مستوى واسع فى حالة انتشار الأفكار السياسية المهمة، وبالتالى لا تمثل خطورة على الفكرة التى يقوم عليها نمــوذج "التلقى – القبول – العينة"، وذلك للأسباب الآتية:

١. يعتمد معظم الأفراد – فى الحصول على معلوماتهم – على التعرض للعديــد مـن المصادر، وتتمثل غالبية هذه المصادر فى وسائل الإعلام العامــة فــى المجتمـع والتى تتمتع بانتشار واسع.

٢. يتطلب التلقى الانتقائى مستوى معيناً من اليقظة والحذر لا تتوافــر لــدى معظـم المواطنين الذين يتسمون باللامبالاة نحو الشئون العامة.

٣. إن الأحداث المهمة التى تجذب الباحثين لإجراء الاستطلاعات حولها تتسم باتسـاع

النطاق والاستمرارية بحيث إن الأفراد الذين يولون حداً أدنى من الاهتمام للشـئون العامة لا يحتمل أن يظلوا جاهلين بها حتى لو لم يكونوا متابعين لكل ما يستجد من تفاصيل.

المرحلة الثانية: مرحلة القبول (أو عدم القبول) وهى تتبع وتـــترتب علـــى المرحلـــة الأولى بما فيها من تعرض وفهم، فالقبول يحدث إذا تم التعرض والفهم للرسـائل الإعلامية.. ولكن أحياناً تحدث مقاومة للرسائل الإقناعية فى حالة التعرض لكـل من الرسائل السائدة والمضادة، وهذه المقاومة تأخذ ثلاثة أشكال:

١- **المقاومة الموالية Partisan Resistance**: حيـــث يرفـض الأفـــراد رســـائل لتعارضها مع ميولهم وتوجهاتهم السياسية.

٢- **المقاومة الذاتية Inertial Resistance**: يمتلك الأفراد ذوو مستويات المعرفـــة المرتفعة مخزوناً كبيراً من الاعتبارات، وبالتالى فإن قبول أى رســـالة جديـــدة يتأثر بالاعتبارات المختزنة من قبل.

٣- **المقاومة المضادة Countervalent Resistance**: تحـــدث هـــذه المقاومـــة إذا استوعب الأفراد رسائل مضادة خلال فترة تغيير الاتجاه وتأثروا بها(٦٤).

المرحلة الثالثة: إن تغيير الاتجاه – وفق هذا النمـــوذج – هـــو تغيـــير فـــى مـــيزان الاعتبارات الإيجابية والسلبية المتعلقة بقضية ما، وبنـــاء علـــى ذلـــك تتغـــير اتجاهات الرأى العام نحو القضايا العامة استجابة للتغيرات التـــى تحـــدث فـــى الكثافة النسبية للرسائل السياسية المتعارضة(٦٥).

وهناك نوعان من تغيير الاتجاه، وهما: التحول والتلاشى **Conversion Decay**، فإذا تلقى الشخص رسالة معارضة وتقبلها ولم يتقبل رسالة مؤيدة، فإن الشخص يتحول إلى الاتجاه المعارض (تحول)، أما إذا لم يتقبل الشخص أية رسائل فى فترة معينـــة أو تقبل رسائل مؤيدة ورسائل معارضة، فإن الاتجاه المبدئى للشخص يتلاشى ولا يصبـــح لديه اتجاه محدد نحو القضية(٦٦).

المفاهيم الأساسية فى النموذج:

- الاعتبارات **Considerations**: هى الأسباب أو المبررات التى تدفع بـــالفرد إلـــى

تفضيل أحد جوانب قضية ما[٦٧]، أو هى الأسباب والمبررات التى يحكـم الفـرد بمقتضاها على قضية ما، وهذه الاعتبـارات تجمـع بيـن النواحـى المعرفيـة والوجدانية[٦٨].

- الرسائل المفتاح Cueing Messages: هـى المعلومـات السـياقية Contextual Information المتضمنة فى أحاديث الصفـوة عـن التوجـهات الأيديولوجيـة والحزبية للرسالة الإقناعية[٦٩]، وهى التى توضح لأفراد الجمهور مدى ارتباط مـا يتعرضون له بجماعات سياسية مختلفة، وأى الجماعات هـى التـى تؤيـد هـذه المعلومات وأيها التى تعارضها[٧٠]، مع ملاحظة أن الأفراد الأكثر قـدرة علـى القيام بذلك هم الأكثر معرفة سياسية حيث يوجد ارتباط قوى بين مستوى المعرفـة السياسية ومدى الوعى بهذه المفاتيح[٧١].

بيئة المعلومات Information Environment:

يشير مصطلح "المعلومات" Information كما يستخدمه زيللر فى هذا النمـوذج إلى المعلومات السياسية المتدفقة فى وسائل الإعـلام وتشـمل التقـارير الإخباريـة والتعليقات والمفاتيح المتضمنة فى خطاب الصفوة[٧٢].

وتحدد بيئة المعلومات طبيعة التأثير الذى تحدثه وسائل الإعلام، وقد فرق جـون زيللر بين نوعين من البيئات المعلوماتية أحدهما يتضمـن رسـائل أحاديـة الاتجـاه، والثانى يتضمن رسائل مختلفة الاتجاه ولا يشترط أن يكون كل اتجاه مساوياً للآخر فى القوة[٧٣]، وعادة فإن الرسائل المتصارعة والمتعددة تحد من تأثير بعضها البعـض[٧٤]، ويترتب عليها صعوبة فى وصول هذه الرسائل إلـى المتلقيـن علـى عكـس البيئـة المعلوماتية الأكثر بساطة وصفاء والتى تقتصر على الرسائل أحادية الاتجاه التى يسهل وصولها للمتلقين[٧٥].

الرسالة المسيطرة: Dominant Messages

هى الرسالة الأكثر كثافة خلال فترة تغيير الاتجاه، أما الرسـالة الأقـل كثافـة فتعرف بالرسالة المضادة Countervailing Message[٧٦]، وعندما تكون القضية قضية اتجاه سائد Mainstream Issue أى يجتمع حولها الصفوة فى وسائل الإعـلام علـى

اتجاه واحد فإن إجابات الجمهور فى استطلاعات الرأى لا تكون مبنية على اعتبـارات أيديولوجية وبالتالى يكون الأفراد الأكثر وعياً هم الأكثر تعبيراً عـن هـذا الإجمـاع، وعندما تكون القضية قضية استقطاب Polarization Issue أى يختلف حولها الصفـوة حسب أيديولوجياتهم أو توجهاتهم الحزبية فإن استجابات الجمهور ستكون مبنية علـى أيديولوجياتهم أيضاً، وخصوصاً بين الأفراد الأكثر وعياً سياسياً(٧٧).

المتغيرات الأساسية على المستوى الفردى:

- **الوعى السياسى Political Awareness:** يشير الوعى السياسى إلى درجة انتبـاه الفرد للشئون السياسية ومدى فهمه لها(٧٨)، أى أن الوعى السياسى هو الارتبـاط العقلى بالسياسة(٧٩).
- والأفراد الأعلى فى مستوى الوعى السياسى هم الذين يستطيعون تقديـم إجابـات صحيحة على مجموعة متنوعة من أسئلة المعلومات الواقعية البسيطة، والأفـراد الأدنى فى مستوى الوعى السياسى هم الذين لا يستطيعون الإجابـة علـى هـذه الأسئلة(٨٠).
- **منهجية قياس الوعى السياسى:** يفضل زيللر الاعتماد على مقاييس بسيطة حـول مستوى المعرفة الواقعية والمحايدة بالشئون السياسية، وتتمثل هذه الأسـباب فـى كون مقاييس المعرفة السياسية تحدد بصورة مباشرة ما وصل إلى أذهان النـاس والذى يكون مؤثراً بدوره فى تحديد مدى ارتباطهم العقلى بالسياسة(٨١).
- **متغير الميول السياسية:** يرى زيللر (١٩٩٢) أنـه إذا كـان مسـتوى المعرفـة السياسية لدى الفرد هو الذى يحدد مدى تلقيه للمعلومات، فإن الميول السياسية هى العامل الحاسم فى تحديد درجة قبول الفرد لما يتلقاه من رسائل... فالفرد يميل إلى مقاومة الرسائل غير المتسقة مع ميوله بشرط أن تتوافر لديه المعلومات السـياقية التى تمكنه من تقييم هذه الرسائل فى ضوء ميوله(٨٢).

ومن الأمثلة الواضحة على دور الميول السياسية فى تشكيل الاتجاهات نجد دور الانتماء الحزبى (باعتباره أحد أهم محددات الميول السياسية) واضحـاً فـى معالجـة المعلومات، فالأفراد المستقلون (غير المنتمين لأحزاب) يعالجون المعلومات بأسـلوب

مختلف عن الأفراد ذوى الانتماءات الحزبية القوية الذين لديهم إطار واضـــح وقـــوى يقيمون من خلاله الرسائل التى يتعرضون لها ويقبلون فقط الرسائل المؤيدة لمنظورهـم السياسى ويرفضون كل ماعداها، بينما الأفراد الذين يفتقرون إلى مثل هذا الإطــار أى يفتقرون إلى ما يطلق عليه الشاشة الإدراكية Perceptual Screen – وهم الأفراد غـير المنتمين حزبياً – فإنهم يتلقون عدداً أكبر من الرسائل الحزبية المتنوعـة، وفـى هـذا الصدد أثبتت نتائج العديد من الدراسات أن المستقلين هم الأكثر قابلية للتـأثر بوسـائل الإعلام من المنتمين حزبياً(٨٣).

الصفوة ودورها فى تشكيل الرأى العام:-

يعد تناول أفراد الصفوة للقضايا المثيرة للجدل فى وسائل الإعلام هو المحـرك الأساسى للرأى العام مما يجعله عاملاً مؤثراً فى عملية صنع السياسة، أما تناول أفـراد الصفوة لهذه القضايا على نطاق محدود فيما بينهم فإنه لا يجعل أفراد الجمهور العـام على دراية بهذه القضايا(٨٤)، وهذا ما أكده بيج وشـابيرو وديمبسـى (١٩٨٧) Page, Shapiro & Dempsey حيث أشاروا إلى أن أقوى محرك للرأى العـام يتمثـل فـى التحليلات والتعليقات الإخبارية التى يقدمها كبار الإعلاميين والخـبراء حيـث ترتفـع درجة مصداقيتهم لدى أفراد الجمهور العام حيث يدركون أنهم يتمتعون بمستوى مرتفع من المعرفة والخبرة وعدم التحيز الحزبى(٨٥).

وعندما يتبنى الصفوة صورة واضحة لما ينبغى أن يكون فإن الجمهور العـام – وخاصة الأفراد الأكثر اهتماماً بالسياسة – يميل إلى رؤية الأحداث من خـلال وجهـة نظر هؤلاء الصفوة كما يميل إلى تبنى مواقفهم، وعندما تنقسم الصفوة (حول موضـوع ما) فإن الجمهور العام يميل إلى اتباع الصفوة الذين يشاركونهم أيديولوجياتهم العامـة وتوجهاتهم الحزبية – وخاصة الأفراد الأكثر اهتماماً بالسياسة حيث يكونـون بمثابـة المرآة التى تعكس بشدة الانقسامات الأيديولوجية بين الصفوة(٨٦)، وبالتالى فإن التغـير فى اتجاهات الجمهور العام يعكس التغير فى اتجاهات الصفوة، ويتم ذلك مـن خـلال التعرض لأحاديث ومقالات الصفوة الذى من شأنه أن يؤدى إلى دعم الأفكـار التـى يتناولونها(٨٧).

ومن ذلك يتضح أن الرأى العام قد يتشكل أحياناً نتيجة لتدفق رســائل الصفــوة ذات الاتجاه الواحد المتناغم، ولكنه فى الغالب يتشكل نتيجـــة لفيــض مــن الرســائل المتصارعة، والتى قد يكون بعضها أشد كثافة، أو قد يكون أســهل فــى التعلــم مــن الرسائل الأخرى(٨٨)، وبمجرد أن يتم تمثل أفكار الصفوة فإنها يمكــن أن يكــون لــها تأثيرات مهمة على مدى القابلية لمزيد من التأثر بالصفوة(٨٩)، ويزداد تأثير الصفوة فى الموضوعات التى يتم الاتفاق حولها، وهى الموضوعات ذات الأهمية القومية والتـــى تترتب عليها نتائج على درجة عالية من الخطورة بالنسبة للبلاد(٩٠).

وفى حالة القضايا التى تثير صراعاً فى المبادئ الأساسية لدى الجمهور العــام، فإن الصفوة قد يقومون بمحاولة إبراز هذا الصراع والتركيز عليه، أو يحاولون الحــد منه وذلك ليتمكنوا من إحداث التأثير المرجو(٩١).

وفيما يلى استعراض لبعض الدراسات التى تناولت المتغيرات الأساســية فــى النموذج:

(١) متغير التلقى:-

- أجرى ميفرت وشروت (١٩٩٦) **Meffert & Schrott** دراسة مســحية للتعــرف على العلاقة بين معدل تلقى الجمهور العــام فــى ألمانيــا للتغطيــة الإخباريــة التليفزيونية الخاصة بالانتخابات الرئاسية لعام ١٩٩٠ واتجاهاتهم نحو المرشــحين للرئاسة، وقد توصل الباحثان إلى وجود تأثيرات ذات دلالة للتغطيــة الإخباريــة التليفزيونية على اتجاهات الجمهور نحو المرشحين، وقد اختلفت هذه التأثيرات مــا بين المرحلة الأولى فى شهرى مايو ويونيو ١٩٩٠ حيث كانت تأثيرات وســائل الإعلام قوية بسبب البيئة المعلوماتية الديناميكية التى خلقتها التطورات الســريعة فى الأحداث المرتبطة بقضية الوحدة بين الألمانيتين، والمرحلة الثانية فى شــهرى أكتوبر ونوفمبر حيث ضعفت تأثيرات وسائل الإعلام لأن الساحة السياسية كــانت تتسم بالركود والتجمد(٩٢).

- أجرى كل من دالتون وبيك وهاكفيلدت (١٩٩٨) **Dalton, Beck & Huckfeldt** دراسة مسحية للتعرف على العلاقة بين معدل تلقى التغطية الإعلاميـــة المتعلقـــة

بحملة الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام ١٩٩٢ واتجاهات الجمهور نحـو هـذه التغطية، وقد أكدت نتائج الدراسة فرضية التلقى لزيللر حيث إن الأفـراد الأقـل تعرضاً للتغطية الإعلامية للحملة الانتخابية كانوا أقل قدرة على تمييز التوجـهات السياسية الحقيقية للرسائل المقدمة، وازدادت هذه القدرة قليلاً لدى الأفراد الأكـثر تعرضاً، بينما كان الأفراد ذوو المعدلات المتوسطة مـن التعـرض والاهتمـام بالحملة هم الأكثر دقة وقدرة على تمييز التوجهات الحقيقية للحملة الانتخابية، كمـا أوضحت النتائج أن البيئة المعلوماتية متعددة الرسائل والاتجاهات تنخفض قدرتـها التأثيرية مقارنة بالبيئة المعلوماتية أحادية الاتجاه (ذات الاتجاه السائد) (١٣).

- أجرى باتزر ومـاركويتز (٢٠٠٠) Butzer & Marquitz دراسـة اسـتهدفت التعرف على العوامل المؤثرة فى تشكيل اتجاهات الرأى للعام السويسـرى فـى الفترات الانتخابية، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى وجود تأثير للحملات الانتخابية فى وسائل الإعلام على اتجاهات الناخبين ومن ثم على قراراتهم الانتخابيـة مـن خلال مرحلتين، وهما: التلقى والقبول للرسائل الإعلامية(١٤).
- أجرى شميت – بيك (٢٠٠١) Schmitt- Beck دراسة مسحية مقارنة فى أربـع دول ذات نظم ديموقراطية مختلفة وهى الولايات المتحدة الأمريكيـة وبريطانيـا وألمانيا وإسبانيا للتعرف على العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام وتلقى الرسائل ذات التوجهات السياسية الواضحة من ناحيـة وتشـكيل الاتجاهـات السياسـية والقرارات الانتخابية من ناحية أخرى، وقد توصلت الدراسة إلى أن تلقى رسـائل وسائل الإعلام فى هذه الدول الأربعة كان له تأثير قوى ومباشر على اتجاهـات الجمهور وقراراته الانتخابية(١٥).

(٢) ***متغير الوعى السياسى:-***

- توصلت دراسة أوكورو (١٩٩٦) Okoro التى أجراها على عينة من المـهاجرين من نيجيريا للولايات المتحدة إلى أن هناك ارتباطاً طردياً بين مسـتوى الوعـى السياسى ومدى التأثر ببرامج التنشئة السياسية(١٦).
- وتتشابه هذه الدراسة مع الدراسة المقارنة التى أجراها فينكـل (٢٠٠٠) Finkel

لمعرفة تأثير التعرض لبرامج التنشئة السياسـية علـى اتجاهـات الأفـراد ذوى المستويات المختلفة من الوعى السياسى نحو الأقليات فى كـل مـن جمهوريـة الدومينيك Dominican Republic وجنوب أفريقيا، وقد توصلت الدراسـة إلـى نتائج مختلفة فى كل من البلدين، فبالنسبة لجمهورية الدومينيك أخذت العلاقة شكل المنحنى حيث كان مستوى التأثير منخفضاً لدى الأفراد منخفضى الوعى السياسـى ثم ارتفع لدى الأفراد متوسطى الوعى السياسى ثم عاد إلى الانخفاض لدى الأفـراد مرتفعى الوعى السياسى، وهذه النتيجة تتفق مع ما يشير إليه نمـوذج "التلقـى – القبول – العينة"، أما بالنسبة للنتائج الخاصة بجنوب أفريقيا فقد وجـد أن هنـاك علاقة طردية بين الوعى السياسى وتغيير الاتجاهات، ويرجع البـاحث اختـلاف النتائج بين البلدين إلى زيادة نسبة الأفراد مرتفعى الوعى السياسى فى جمهوريـة الدومينيك مقارنة بجنوب أفريقيا، وارتفاع نسبة الأفراد الذين سبق لهم تلقى مثـل هذه البرامج مما يجعل اتجاهاتهم تتسم بدرجة أكبر من الثبات(٩٧).

- أجرى كل من جويدل وشـيلدز وبيفلـى Goidel, Shields & Peffly (١٩٩٧) دراسة مسحية تتبعية للتعرف على تأثير التغطية الإعلامية للحملات الانتخابية فـى الولايات المتحدة لعام ١٩٩٢ على اتجاهات الجمهور نحو المرشـحين للرئاسـة، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن الأفراد ذوى المستوى المتوسـط مـن الوعـى السياسى هم الأكثر تأثراً بالتغطية الإعلاميـة التـى ركـزت علـى الأحوالـى الاقتصادية السيئة، أما الأفراد الأقل وعياً سياسياً فكانوا أكثر تفـاؤلاً بخصـوص الأوضاع الاقتصادية وأكثر مقاومة للرسائل السلبية عن الأحوال الاقتصادية(٩٨).

- فى الدراسة التى قام بها باوليك وكاتز Powlick & Katz (١٩٩٨) للتعرف علـى دور التغطية الإعلامية فى تشكيل اتجاهات الجمهور الأمريكـى نحـو الحـرب الفيتنامية من خلال تحليل نتائج استطلاعات الرأى العام فى تلك الفترة التاريخيـة، وجد الباحثان أنه عندما كان تأييد سياسة الحكومة بالنسبة للحـرب هـو الاتجـاه السائد فى تغطية وسائل الإعلام فإن الأفراد الأكثر وعياً سياسياً كانوا هم الأكـثر تأييداً لهذه السياسة، بينما انخفض ذلك التأييد بين الأفراد الأقل وعياً سياسياً(٩٩).

(٣) متغير الانتماء الحزبى:-

- فى الدراسة التى أجراها ميفرت وشروت (١٩٩٦) Meffert & Schrott أشــارت النتائج إلى أن متغير الانتماء الحزبى لعب دوراً مهماً فى تحديد مدى التأثر بـــهذه التغطية فى تقييم أداء المرشحين والحكومة، وكذلك بالنسبة لتشكيل الاتجاهات نحو القضيتين الرئيسيتين فى هذه الحملة، وهما قضيـــة الوحـــدة وقضيـــة الأوضـــاع الاقتصادية(١٠٠).
- وفى الدراسة التى أجراها جويدل وشيلدز وبيفلى (١٩٩٧) أشارت النتائج إلـــى أن الديموقراطيين ذوى المستوى المرتفع من الوعى السياسى كانت اتجاهاتهم ســـلبية نحو الأوضاع الاقتصادية تأثراً بتغطية وسائل الإعلام لاتفاقـــها مـــع توجهاتـــهم السياسية، وكذلك كانت اتجاهات المستقلين ذوى المستوى المرتفـــع مـــن الوعـــى السياسى، أما المحافظون فكانوا – على العكس من الديموقراطيين والمســـتقلين – معارضين للتغطية الإعلامية للأوضاع الاقتصادية على اختلاف مستوى الوعـــى السياسى لديهم(١٠١).
- فى الدراسة التحليلية التـــى أجراهـــا لـــى (١٩٩٨) Lee معتمـــداً علـــى نتـــائج استقصاءات الرأى العام بهدف التعرف على العوامـــل المؤثـــرة علـــى تشـــكيل اتجاهات الرأى العام الأمريكى نحو بعض القضايا العرقية مثل التمييز العنصـــرى فى المدارس وتوفير المسكن والعمل للسود فى الفترة مـــن ١٩٥٦ إلـــى ١٩٦٤، توصل الباحث إلى أنه كلما زادت شدة الانتماءات الحزبية كانت الاتجاهات نحـــو هذه القضايا أكثر ثباتاً خلال هذه الفترة الزمنية(١٠٢).
- فى الدراسة التحليلية التى أجراها زيللر (١٩٩٩) Zaller على اتجاهـــات الـــرأى العام الأمريكى نحو بعض الرؤساء الأمريكيين الذين تورطوا فى فضائح أخلاقيـــة مثل نيكسون الذى تورط فى فضيحة ووترجيت Watergate وكلينتون الذى تورط فى فضحية لوينسكى Lewinsky، وجد الباحث أن هناك اختلافاً بيـــن اتجاهـــات الديموقراطيين واتجاهات الجمهوريين نحـــو هذيـــن الرئيســـين، فالجمـــهوريون يلتمسون الأعذار لنيكسون الذى ينتمى للحزب الجمهورى بينما يريـــدون معاقبـــة

كلينتون الذى ينتمى للحزب الديموقراطـــى، وعلـــى العكـــس مـــن ذلـــك كـــان الديموقراطيون[١٠٣].

- فى الدراسة التى أجراها كـــل مـــن بـــاتزر ومـــاركويتز (٢٠٠٠) **Butzer & Marquitz** لمعرفة العوامل المؤثرة فى تشكيل اتجاهات الرأى العام السويســـرى فى الفترات الانتخابية، أشارت نتائج الدراسة إلى أن هناك علاقة عكســـية بيـــن مستوى الوعى السياسى وتأييد سياسة الحكومة بين الأفراد المنتميـــن للأحـــزاب اليسارية، وذلك لأن الأفراد الأعلى فى مستوى الوعى السياسى يتلقـــون بصـــورة أفضل الرسائل المفتاحية التى تقدمها وسائل الإعلام مما يمكنـــهم مـــن إدراك أن سياسات الحكومة تتعارض مع توجهاتهم السياسية، بينمـــا المنتمـــون للأحـــزاب اليمينية المتطرفة يزداد تأييدهم لسياسات الحكومة بارتفاع مستوى الوعى السياسى لديهم حيث يمكنهم هذا الوعى من إدراك مدى اتفاق هذه السياسات مع توجهاتـــهم السياسية، وذلك يوضح أن الفجوة بين الأحزاب تزداد لدى الأفراد مرتفعى الوعـــى السياسى، أما الأفراد غير المنتمين لأحزاب فإنهم يتخـــذون موقفـــاً وســـطاً بيـــن الأحزاب اليسارية والأحزاب اليمينية[١٠٤].

- وفى الدراسة المقارنة التى أجراها شميت – بيك (٢٠٠١) **Schmitt – Beck** فـــى كل من الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا وألمانيا وإسبانيا للتعرف علـــى دور وسائل الإعلام فى تشكيل الاتجاهات السياسية والقـــرارات الانتخابيـــة، توصـــل الباحث إلى أن الانتماء الحزبى يقوم بوظيفة المرشح **Filter** لدور وسائل الإعلام، فالرسائل التى لا تتفق مع الانتماءات الحزبية للفرد يتم رفضها[١٠٥].

(٤) *متغير مألوفية القضية*: Issue Faniliarity Variable

حاول الباحثون التعرف على تأثير مستوى مألوفية القضية على اتجاهات أفـــراد الجمهور نحوها، وقد اختلفت نتائج الدراسة حول تأثير هذا المتغير على النحو الآتى:

وجدت بعض الدراسات أن مستوى مألوفية القضيـــة يؤثـــر علـــى اتجاهـــات المبحوثين نحو الموضوعات المختلفة، وهذا التأثير إما أن يكون موضوعياً أو متحـيزاً، ومن هذه الدراسات:-

- الدراسة التى أجراها ميلبورن (١٩٩٢) Milbourne على طلاب السنة النهائيـــة فى التعليم العام، واستهدفت التعرف على اتجاهات هؤلاء الطلاب نحـــو بعــض الموضوعات المتعلقة بالدراسة، فقد توصل الباحث إلى أن مستوى مألوفية القضية أدى إلى تحيز الطلاب لأن اتجاهاتهم المسبقة نحو هذه الموضوعــــات لــم تكــن إيجابية أى أن مستوى مألوفيتهم بالموضوعات مكنهم من التفكير فى حجج مضادة لما اعتبروه رسالة غير متسقة مع اتجاهاتهم[١٠٦].
- الدراسة التى أجراها نابى (١٩٩٨) Nabi حيــث وجــد البــاحث أن القصــص الإخبارية التى تعرض لها المبحوثون بخصوص الأعمـــال الإرهابيــة أحدثــت تأثيرات متفاوتة على اتجاهات الأفراد على عكس القصص الإخبارية التى تعرض لها المبحوثون بخصوص جرائم الأحداث حيث لم تحدث هذه التأثيرات المتفاوتـــة على الاتجاهات، وقد أرجع الباحث ذلك إلى اختلاف مستوى مألوفيـــة القضيتيــن لدى المبحوثين فارتفاع مستوى مألوفية القضية لدى الفرد يؤدى إلى زيادة قدرتــه على تلقى الرسائل المتعلقة بها، ومن ثم يحدث التأثر بها والذى تمثل فـــى إثـــارة مشاعر الغضب والخوف، وبما أن القضية الأولى (الأعمـــال الإرهابيـــة) أكـــثر مألوفية لدى المبحوثين فقد كانوا أكثر غضباً وخوفاً عند تعرضهم لها[١٠٧].

وتوجد بعض الدراسات التى لم تصل نتائجها لوجود تـــأثير لمســـتوى مألوفيـــة القضية على اتجاهات أفراد الجمهور نحو الموضوعات المختلفة، ومنها:-

- الدراسة التى أجراها ألفاريه وبريــم (١٩٩٥) Alvarez & Brehm حيــث قـــام الباحثان بقياس مستوى المألوفية من خلال التقارير الذاتية التى قدمها المبحوثـــون عن مستوى معلوماتهم المتعلقة بالإجهاض، ووجدا أنه لا توجد علاقة بين مستوى مألوفية القضية ووجود اتجاهات محددة نحوها، ويرجع الباحثـــان ذلـــك إلـــى أن ٩٤% من المبحوثين كانت لديهم اتجاهات متعارضة نحو القضية حيث ذكـــروا - فى الوقت ذاته - سبباً مؤيداً وسبباً معارضاً، أى أنهم كانوا يعانون من التـــأرجح، وبالتالى فزيادة المعلومات لن تستطيع علاج هذه المشكلة (التأرجح)[١٠٨]، ويمكـــن إرجاع هذه النتيجة إلى اعتماد الدراسة على التقارير الذاتية للمبحوثيـــن لمعرفـــة

مستوى المألوفية وليس على مقاييس موضوعية.

- الدراسة التى أجراها شين (١٩٩٧) Chen للتعرف على تأثير مســـتوى مألوفيـــة القضية على اتجاهات المبحوثين نحو الرسائل الإقناعية المتعارضة مع اتجاهاتـــهم المبدئية، حيث توصلت الدراسة إلى أن مستوى مألوفية القضيـــة لا يؤثـــر علـــى اتجاهات المبحوثين إذا كانت لديهم درجة عالية من الانغماس فى القضية[١٠٩].

المبحث الثامن

الإطار التطبيقى للدراسة

مشكلة الدراسة:

انطلاقاً من النموذجين اللذين تم الإشارة إليهما، والدراسات الســـابقة التـــى تـــم عرضها، تحاول الدراسة التعرف على مدى قدرة وسائل الإعلام وبالتحديد التليفزيـــون والصحافة باتجاهاتها المختلفة على تشكيل اتجاهات الرأى العام نحو بعـــض القضايـــا العامة التى تشغل اهتمام وسائل الإعلام والجمهور، والتعرف على مدى قـــدرة هـــذه الوسائل على إيجاد اتجاه سائد لدى الجمهور نحو تلك القضايا، أو خلـــق اســـتقطابات نتيجة لتعدد التيارات التى تعبر عنها وسائل الإعلام فى تغطيتها للقضايا، كما تحـــاول الدراسة التعرف على مدى التشابه والاختلاف بين أساليب التغطية فى كـــل وســـيلة، وعن التأثيرات المحتملة لها على أفراد الجمهور باختلاف مستويات الوعى السياســـى لديهم، واختلاف توجهاتهم السياسية وسماتهم الشخصية، ودرجة ارتباطـــهم بالقضايـــا المختلفة، وباختلاف خصائصهم الديموغرافية.

فروض الدراسة:

وفقاً لنموذجى "التلقى – القبول – العينة" و "إحتمالية إعمال العقل"، وبـــالرجوع للدراسات السابقة، فإن الدراسة تسعى إلى اختبار الفروض العشر الآتية:

الفرض الأول (أ):

توجد علاقة ارتباطية طردية بين حجم التعرض لوســـائل الإعـــلام (صحافـــة وتليفزيون) وشدة الاتجاه نحو كلتا القضيتين موضع الدراسة (كل قضية على حدة).

الفرض الأول (ب):

توجد علاقة ارتباطية طردية بين حجم التعـــرض للتليفزيـــون وشـــدة الاتجـــاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين.

الفرض الأول (ج):

توجد علاقة ارتباطية طردية بين حجم التعرض للصحافة وشدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين.

الفرض الأول (د):

توجد علاقة ارتباطية بين نوعية الصحيفة (قومية / معارضة) وشـــدة الاتجـــاه

الإيجابى نحو قانون التعريفة الجمركية (التطبيق الأول).

الفرض الثانى:

يؤثر مستوى الوعى السياسى على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين.

الفرض الثالث:

يؤثر مستوى مألوفية القضية على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين.

الفرض الرابع:

يؤثر مستوى الانغماس (الارتباط الشخصى بالقضية) على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين.

الفرض الخامس:

تؤثر درجة إعمال العقل على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين.

الفرض السادس:

تؤثر سمات الشخصية على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين، وذلك على النحو الآتى:

(أ) يؤثر مستوى الحاجة للمعرفة لدى الفرد على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين.

(ب) يؤثر مستوى الميل للجدال على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين.

(ج) يؤثر مستوى السلطوية على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين.

(د) يؤثر مستوى تقدير الذات على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين.

الفرض السابع:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين الذين يعتمدون على كل وسيلة من حيث شدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين.

الفرض الثامن:

تؤثر الفئة التى ينتمى إليها المبحوث على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين.

الفرض التاسع:

تؤثر المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين، وذلك على النحو الآتى:

(أ) يؤثر مستوى التعليم على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين.

(ب) يؤثر السن على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين.

(ج) يؤثر النوع على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين.

الفرض العاشر(*):

يؤثر متغير الانتماء الحزبى على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل

(*) تم اختبار هذا الفرض فى التطبيق الأول فقط لأن قضية المقاطعة (فى التطبيق الثانى) كانت قضية اتجاه سائد أى يجتمع حولها الصفوة – من حيث المبدأ – باختلاف توجهاتهم السياسية، وبالتالى لا يكون للانتماء الحزبى تأثير واضح فيها، وذلك على عكس قانون التعريفة الجمركية الجديدة الذى انقسمت حوله الصفوة حسب توجهاتهم الحزبية، وهو ما سيظهر فى نتائج تحليل المضمون.

الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو قانون التعريفة الجمركية.

نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية التفسيرية التى تستهدف وصف وتحليــل خصائص المعالجة التليفزيونية والصحفية لبعض القضايا العامة، ودراسة مدى قــدرة هذه المعالجة على تشكيل الاتجاهات نحو تلك القضايا، واستكشــاف العلاقــات بيــن المتغيرات المختلفة حيث تدرس العلاقة بين حجم التعرض للرسائل الإعلاميــة التــى تناولت القضايا محل التطبيق من ناحية والاتجاه نحو هذه القضايا من ناحيــة أخــرى، وتأثير بعض المتغيرات الوسيطة على هذه العلاقة مثل: مستوى الانغماس فى القضية، ومستوى الوعى السياسى والانتماء الحزبى، وبعض السمات الشخصية مثل: الحاجــة للمعرفة وتقدير الذات والسلطوية والميل للجدال، وبعض المتغيرات الديموغرافية مثـل: التعليم والسن والنوع.

المناهج البحثية التى اعتمدت عليها الدراسة:

١- المنهج المقارن:

للمقارنة بين التغطية التليفزيونية والتغطية الصحفية القوميــة والحزبيــة لكــل قضية، والمقارنة على مستوى عينة الجمهور مــن خــلال إظــهار أوجــه التشــابه والاختلاف فى ضوء المتغيرات الوسيطة سواء كانت متغيرات ديموغرافية أو ســمات شخصية أو متغيرات سياسية.

٢- منهج المســح:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح واعتمدت على أسلوب المسح بالعينة وذلــك من خلال الجمع بين:

(أ) مسح المضمون: بهدف التعــرف علــى خصــائص التغطيــة التليفزيونيــة والصحفية باتجاهاتها المختلفة لكل قضية.

(ب) مسح الجمهور: بهدف التعرف على مدى تأثره بالتغطيــة الإعلاميــة لكــل قضية.

وقد اتبعت الباحثة الخطوات الآتية فى التطبيق:

(١) المتابعة المتعمقة لكل القضايا العامة التى تم تغطيتها، وشغلت وسائل الإعــــلام والرأى العام خلال النصف الأول من عام ٢٠٠٢ (من أول يناير حتـــــى آخـــر يونيو)، وذلك لاختيار القضايا التى يمكن تطبيق الدراسة عليها.

وقد وضعت الباحثة – وفقاً للإطار النظرى للدراسة – بعض الشروط التى يجب توافرها فى القضايا التى يتم اختيارها للتطبيق، وهى:

(أ) أن تكون القضايا ذات أهمية بالنسبة لغالبية أفراد المجتمع.

(ب) أن تشغل هذه القضايا مساحة زمنية كبيرة فى التليفزيون، ومســـاحة مكانيـــة كبيرة فى الصحافة، وأن تتنوع القوالب والأشكال الفنية التى يتـــم تغطيتـــها وتقديمها من خلالها.

(ج) أن تكون تغطية وسائل الإعلام لهذه القضايا مستمرة لفــــترة زمنيـــة كافيـــة لتشكيل اتجاهات الجمهور نحوها.

(د) أن تكون القضايا محل خلاف وجدل بين أفراد الجمهور.

(ه) أن تعكس وسائل الإعلام هذا الخلاف وذلـــك الجـــدل، وأن تقـــوم بعـــرض الاتجاهات المختلفة نحو القضية.

(و) أن تكون لكل وسيلة وجهة نظر معينة تغلب عليها وتحاول إقناع الجمـــــهور بها عند عرضها لهذه القضايا.

- وقد توافرت هذه الشروط فى القضيتين اللتين اتخذتهما الدراسة هدفاً للتطبيـــق وهما:-

١. قانون التعريفة الجمركية الجديدة الذى صدر فى الأول من يناير ٢٠٠٢، وقد نـــص القانون على تخفيض التعريفة على خامات ومستلزمات الإنتاج الرئيسية، وفـــرض ضريبة قطعية مانعة على الملابس الجاهزة. وقد أثار القانون كثيراً مـــن الجـــدل الذى انعكس بدوره على تغطية وسائل الإعلام.

٢. قضية المقاطعة: وهى القضية التى شغلت وسائل الإعلام والـــرأى العـــام خـــلال شهرى أبريل ومايو وأوائل يونيو ٢٠٠٢، وذلك إثر تصاعد العدوان الإســـــرائيلى

على الأراضى الفلسطينية فى أواخر شهر مارس ٢٠٠٢.

(٢) وبعد أن تم اختيار كل قضية، تم عمل تحليل مضمون مبدئـــى للتعـــرف علـــى التوجهات العامة للرسائل الإعلامية بخصوص كل قضية.

(٣) تم إجراء مسح الجمهور بعد انحسار التغطية الإعلامية لكل قضية مباشرة حتـــى تكون القضية حاضرة فى أذهان الجمهور.

(٤) بعد إجراء مسح الجمهور تم عمل تحليل المضمون التفصيلى للتعـــــرف علـــى خصائص التغطية التليفزيونية والصحفية لكل قضية، والمقارنـــة بيـــن تغطيـــة القضيتين، وربط ذلك بنتائج مسح الجمهور.

أساليب وأدوات الدراسة:

١. **تحليل المضمون:** تم تصميم أربع استمارات لتحليل المضمون بواقع استمارتين فى كل تطبيق، إحداهما لتحليل المضمون الصحفى، والأخـــرى لتحليـــل المضمـــون التليفزيونى.

- اختبارا الصدق والثبات لاستمارات تحليل المضمون.

أ- تم قياس الصدق باتباع الخطوتين الآتيتين:

١- تحديد الفئات تحديداً جامعاً مانعاً، ووضع تعريفات دقيقة لها.

٢- إجراء اختبار قبلى على ١٠% من العينة.

ب- تم قياس الثبات باتباع الخطوتين الآتيتين:

- تم اختيار عينة قدرها ١٠% من إجمالى المـــــواد التـــى خضعـــت للدراسة فى كل تطبيق.
- قامت الباحثة قبـــل إجـــراء الثبـــات بشـــرح الفئـــات والوحـــدات للباحثين[١١٠]، وتم التوصل إلى معامل الثبـــات باســـتخدام معادلـــة هولستى.
- قامت الباحثة بتطبيق هذه المعادلة مرتين، حيث اســـتخدمتها بينـــها وبين المرمز الأول ثم بينها وبين المرمزة الثانيـــة، وبلغـــت قيمـــة

الثبات فى الأولى ٨٩% وفى الثانية ٨٧%، وهى نسب عالية ممـــا يدل على ثبات المقياس.

٢- صحيفة الاستقصاء:

تم تصميم صحيفتى استقصاء، إحداهما خاصة بالتطبيق الأول، والثانية خاصـــة بالتطبيق الثانى.

– اختبارا الصدق والثبات:

أولا: الصدق:– استخدمت الباحثة أسلوب الصدق الظاهرى (صدق المحكميـــن[١١١])، كما أجرت الباحثة دراسة قبلية **Pre-test** على ٥% من عينة الدراسة.

ثانيا: الثبات: تم تطبيق اختبارات الثبات الإحصائية مثل الاختبار المنشـــطر لجوتمـــان **Guttman Split-half** ومعامل ارتباط **Alpha** علـــى بعـــض المقـــاييس فـــى الاستمارة مثل مقياس الاتجاه نحو القضيـــة، والمقـــاييس الخاصـــة بالســـمات الشخصية[١١٢].

٣- **تحليل الخطاب:** وقد تم الاعتماد فى إطاره على:

(أ) مسار البرهنة: حيث تم رصد الأدلة والبراهين التـــى قدمتـــها كـــل وســـيلة (تليفزيون / صحافة باتجاهاتها المختلفة) فى معالجتها لكل قضية لإقنـــاع الرأى العام بوجهة نظرها، وقد تم استخلاص الأطروحات المعارضة بما تشتمل عليه من مبررات سياســـية واقتصاديـــة واجتماعيـــة وقانونيـــة وتاريخية لتوضيح الموقف الذى تتبناه كل وسيلة.

(ب) **الأطر المرجعية:** حيث يتم رصد الإحـــالات المرجعيـــة النصيـــة التـــى اعتمدت عليها كل وسيلة فى معالجتها للقضية سواء كانت هذه الإحـــالات عبارة عن تصريحات مسئولين أو نصوص دينية أو قانونية، أو الإشـــارة إلى حقب تاريخية أو غير ذلك مما يزيد من مصداقية المضمون المقـــدم والذى تهدف الوسيلة إلى تبنى الرأى العام له.

مجتمع وعينة *الدراسة*:

أ- مجال وعينة الدراسة التحليلية:

- يتمثل مجال الدراسة فى كل المواد الإعلامية التـــى تنـــاولت القضيتيـــن محـــور التطبيق فى كل من التليفزيون والصحافة.
- عينة المواد التليفزيونية: شملت جميع البرامج التليفزيونيـــة التـــى تنـــاولت كلتـــا القضيتين فى كل من القناة الأولى والقناة الثانية بالتليفزيون المصرى باعتبارهمـــا قناتين عامتين يشاهدهما الجمهور المصرى فى جميع أنحـــاء الجمهوريـــة، وقـــد تمثلت العينة فى التطبيق الأول فى ثمانية برامج بلغت مدتـــها الزمنيـــة خمـــس ساعات وخمسين دقيقة وإحدى عشرة ثانية، وتمثلت عينة التطبيـــق الثـــانى فـــى عشرة برامج مدتها الزمنية ثلاث ساعات وتسع وخمسون دقيقة.
- عينة المواد الصحفية: تم اختيار صحيفة الأهرام باعتبارها أكثر الصحف القوميـــة توزيعاً، كما تم اختيار صحيفة الوفد باعتبارها أكثر الصحف الحزبيـــة توزيعـــاً، وكذلك تم اختيار مجلتى روزاليوسف وصباح الخير باعتبارهما أكـــثر المجـــلات العامة توزيعاً.

ومن داخل هذه الصحف تم تحليل المواد التى تناولت كلتا القضيتيـــن، وتمثلـــت فى: المواد الإخبارية التى صاحبها رأى، ومواد الرأى، وتشمل: الأعمـــدة والمقـــالات وبريد القراء، والمواد التفسيرية والاستقصائية وتشمل التحقيق والحديث.

وقد بلغ عدد المواد الصحفية التى تم تحليلـــها فـــى التطبيـــق الأول ٨٢ مـــادة صحفية، وقد بلغت مساحتها ٧٥٦٤,٥٠ سم/ عمود، وبلغ عدد المواد الصحفية التى تـــم تحليلها فى التطبيق الثانى ١٥٧ مادة، وبلغت مساحتها ١٠٤٢٢,٥٠ سم/ عمود.

الإطار الزمنى *لعينة تحليل المضمون*:

(أ) التطبيق الأول: تمثل الإطار الزمنى للتحليل فى شهر يناير ٢٠٠٢ حيث مثـــل ذروة التغطية للقانون فى كل من الصحافة والتليفزيون.

(ب) التطبيق الثانى: تمثل الإطار الزمنى للتحليل فى شـــهرى أبريـــل ومـــايو، والأيام العشر الأوائل من شهر يونيو ٢٠٠٢.

مجتمع وعينة دراسة الجمهور:-

- تمثل مجتمع دراسة الجمهور فى سكان القاهرة الكبرى من سن ١٨[١١٣] إلـــى ٧٠ سنة، وقد تم إضافة محافظة بورسعيد إلى التطبيق الأول لدراسة متغير الانغمـــاس (الارتباط الشخصى بالقضية) لارتباط قانون التعريفة الجمركية الجديدة ارتباطـــاً مباشراً بسكان المحافظة.

عينة الدراسة:

تم اختيار العينة بأسلوب العينة الحصصية ذات الأبعاد وذلك لتمثيل المتغـــيرات المختلفة المراد قياسها فى الدراسة.

حجم العينة:-

طبقت هذه الدراسة على عينة قوامها ٦٤٤[١١٤] مفردة بواقع ٣١٠ مفردة فـــى التطبيق الأول، و ٣٤٤ مفردة فى التطبيق الثانى.

أسلوب سحب العينة:-

- تم تقسيم المحافظات إلى أحياء تمثل المستويات الاقتصادية المختلفة، وتم اختيـــار ثلاثة أحياء من كل محافظة بطريقة عشوائية.
- تم اختيار شارع داخل كل حى من الأحياء التى تم التطبيق فيها لاختيار مفـــردات العينة حيث وقع الاختيار على رقم (١) بطريقة عشوائية ليكون بدايـــة لاختيـــار مفردات العينة حيث يتم اختيار المنزل رقم (١) ثم من داخله يتم اختيار شقة رقـــم (١) ثم شقة رقم (١١) وهكذا، ثم يتم اختيار منزل رقم (١١) ومـــن داخلـــه يتـــم اختيار شقة رقم (١) ثم شقة رقم (١١) وهكذا إلى أن يتم استكمال مفردات العينة.
- وقد روعى أن تكون مفردات العينة متنوعة من حيث الفئات العمرية والمســتويات التعليمية، كما روعى أن يكون هناك تماثل بين عـــدد المبحوثيـــن فـــى الأحيـــاء المختلفة[١١٥]، كذلك روعى أن يكون هناك توازن بين عدد الذكور وعدد الإنـــاث فى العينة[١١٦].
- لقياس تأثير متغير الانغماس (الارتباط الشخصى بالقضية) تم إدخال بعض الفئـــات النوعية المرتبطة بالقضية فى كل تطبيق، وذلك على النحو الآتى:-

أ- فى التطبيق الأول:-

- تم اختيار مدينة بورسعيد ضمن العينة لارتباطها القوى بالقانون، وداخـــل عينـــة المدينة تم اختيار عينة ممثلة للتجار باعتبارهم متضررين من القانون.
- تم اختيار عينة من تجار القاهرة باعتبارهم متأثرين بالقانون.
- تم اختيار عينة من العاملين بمصانع الملابس الجاهزة بالعاشــــر مـــن رمضــــان باعتبارهم مستفيدين من القانون.

أ- فى التطبيق الثانى:-

- تم اختيار عينة من العاملين بالمطاعم والمصانع الوطنية باعتبارهم مستفيدين مـــن المقاطعة.
- تم اختيار عينة من العاملين بالمطاعم والمصانع الأجنبية باعتبارهم متضررين من المقاطعة.

الإطار الزمنى للعينة:-

(أ) التطبيق الأول: تم تطبيق الدراسة على الجمهور فى الفترة مـــن ١ إلـــى ١٠ فبراير ٢٠٠٢.

(ب) التطبيق الثانى: تم تطبيق الدراسة على الجمهور فى الفترة من ١١ إلـــى ٢٠ يونيو ٢٠٠٢(١١٧).

خصائص العينة فى التطبيق الأول:

يوضح الجدول الآتى خصائص العينة فى التطبيق الأول:

جدول رقم (١): خصائص عينة التطبيق الأول

الخصائص	التكرار	النسبة
النوع:		
- ذكور	١٦٢	٥٢,٣
- إناث	١٤٨	٤٧,٧
المنطقة السكنية:		
- شعبية	٩٦	٣١
- متوسطة	١١٣	٣٦,٥
- راقية	١٠١	٣٢,٥
السن:		
- ١٨ – ٢٦	١٠٧	٣٤,٥
- ٢٦ – ٣٦	٩٢	٢٩,٧
- ٣٦ – ٥١	٧١	٢٢,٩
- ٥١ – ٧٠	٤٠	١٢,٩
المستوى التعليمى:		
- ما دون المتوسط	٢٩	٩,٤
- متوسط	١٢٥	٤٠,٣
- جامعى ودراسات عليا	١٥٦	٥٠,٣
المحافظة:		
- القاهرة	١١٥	٣٧,١
- الجيزة	١٢٠	٣٨,٧
- بورسعيد	٧٥	٢٤,٢
الفئة:		
- مستهلكو القاهرة الكبرى	١٧١	٥٥,٢
- تجار القاهرة الكبرى	٢٩	٩,٤
- تجار بورسعيد	٤٥	١٤,٥
- مستهلكو بورسعيد	٣٥	١١,٢
- عاملون بالمصانع	٣٠	٩,٧
الانتماء الحزبى:		
- غير منتمين لأحزاب	٢٨٩	٩٣,٢
- منتمون للحزب الوطنى	١٤	٤,٥
- منتمون لأحزاب معارضة	٧	٢,٣
المجموع	٣١٠	١٠٠

خصائص العينة فى التطبيق الثانى :

يوضح الجدول الآتى خصائص العينة فى التطبيق الثانى:

جدول رقم (٢): خصائص عينة التطبيق الثانى

الخصائص	التكرار	النسبة
النوع:		
ذكور	٢١١	٦٣,٢
إناث	١٢٣	٣٦,٨
المنطقة السكنية:		
شعبية	٨٥	٢٥,٥
متوسطة	١٤٦	٤٣,٧
راقية	١٠٣	٣٠,٨
السن:		
١٨ – ٢٦	٩٥	٢٨,٤
٢٦ – ٤١	١٧٥	٥٢,٤
٤١ – ٧٠	٦٤	١٩,٢
المستوى التعليمى:		
ما دون المتوسط	٢٩	٨,٧
متوسط	١٣٠	٣٨,٩
جامعى ودراسات عليا	١٧٥	٥٢,٤
الفئة:		
جمهور	٢٥٣	٧٥,٧
عاملون بالمصانع والمطاعم الوطنية	٤٠	١٢
عاملون بالمصانع والمطاعم الأجنبية	٤١	١٢,٣
المجموع	٣٤٤	١٠٠

نتائج الدراسة:-

أولا: نتائج التطبيق الأول، (قانون التعريفة الجمركية):

أ- نتائج تحليل المضمون:

أولا: اتجاه الصحافة والتليفزيون نحو القانون:

- اتجاه الصحف نحو القانون:

جدول رقم (٣)

اتجاه الصحف نحو قانون التعريفة الجمركية

الاتجاه / الصحيفة	مؤيد		معارض		محايد		مؤيد بتحفظ		غير واضح		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الأهرام	٢٠	٤٧,٦	٨	١٩	٢	٤,٨	٧	١٦,٧	٥	١١,٩	٤٢	٥١,٢
الوفد	٢	٦,٩	٢٧	٩٣,١	-	-	-	-	-	-	٢٩	٣٥,٤
روزاليوسف	٢	٣٣,٣	-	-	١	١٦,٧	١	١٦,٧	٢	٣٣,٣	٦	٧,٣
صباح الخير	-	-	٣	٦٠	١	٢٠	-	-	١	٢٠	٥	٦,١
المجموع	٢٤	٢٩,٣	٣٨	٤٦,٣	٤	٤,٩	٨	٩,٨	٨	٩,٨	٨٢	١٠٠

يتضح من بيانات الجدول السابق أن اتجاه الصحافة كان متأرجحاً ما بين التـأييد والمعارضة للقانون إذ بلغت نسبة معارضة القانون ٤٦,٣% من إجمالى العينة، وبلغت نسبة تأييد القانون ٢٩,٣% من إجمالى العينة فإذا أضفنا إلى هذه النسبة نسبة المـــواد المؤيدة بتحفظ بلغ إجمالى المواد المؤيدة ٣٩,١% من العينة الكلية، وبذلك يتضح مـدى التقارب ما بين نسبة التأييد ونسبة المعارضة.

وإذا قارنا بين اتجاهات الصحف موضع الدراسة نجد أن جريدة الوفـــد كـانت أكثر الصحف معارضة للقانون إذ بلغت نسبة المواد المعارضة ٩٣,١%، وإذا عرفنـا أن المواد ذات الاتجاه المؤيد للقانون لم تكن تعبر عن رأى جريدة الوفد إذ كانت عبارة عن خبر يصاحبه رأى على لسان وزير المالية يدافع فيه عن القانون، وكان هذا الخـبر بتاريخ ٢٠٠٢/١/١٠ وعنوانه: "وزير المالية: منظمة التجارة لم ترفـــض التعديـلات

الجمركية"، وكان الموضوع الثانى حواراً مع محمد شعيشع رئيس مصلحة الجمـــارك بتاريخ ٢٠٠٢/١/٣ وعنوانه "التهريب الجمركى جريمـــة تـــهدد الأمـــن الاقتصـــادى وسنحاربه بشدة ونركز على الملابس" أى أن المادتين اللتين عارضتا القانون وشـــكلتا نسبة ٦,٩% من عينة الوفد لم تعبرا عن رأى الوفد، إذا عرفنا ذلك يمكننا أن نقـول إن جريدة الوفد عارضت القانون معارضة مطلقة.

وقد وصف د. نعمان جمعة رئيس حزب الوفد القانون فى جريدة الوفد بتـــاريخ ٢٠٠٢/١/٢٢ بأنه "شذوذ تشريعى"، كما وصفه عادل صـــبرى فـــى الوفـــد بتـــاريخ ٢٠٠٢/١/١٦ بأنه "سقطة سياسية لا يقبلها منطق"، ويضيف عادل صـــبرى أن "هـــذه القرارات تعد مباغتة اقتصادية أشبه بزوار الفجر فى المطاردات السياسية".

ويتفق موقف جريدة الوفد مع كونها جريدة معارضة تهدف من وراء هجومـــها على القانون إلى تعرية الحكومة وإظهار سلبياتها لتكسب شعبية جماهيرية على حســاب الحكومة، ولتظهر بصورة الحريصة على مصالح الجماهير، كمـــا أن جريـــدة الوفـــد أخذت صف محافظة بورسعيد التى أصابها القانون بأضرار جسيمة وذلك لأن محافظـة بورسعيد بها نسبة كبيرة من الوفديين كما أن مؤسس جريدة الوفد هو الراحل مصطفـى شردى ابن محافظة بورسعيد، وابنه محمد مصطفى شردى صحفى فى الوفد ويتبنـــى قضايا المحافظة.

وبالنسبة لاتجاه صحيفة الأهرام فهو يغلب عليه تأييد القـــانون إذ بلغـت نســبة المواد المؤيدة للقانون ٤٧,٦%، كما أن ١٦,٧% من المواد مؤيدة بتحفـــظ، وبالتـــالى يكون إجمالى نسبة التأييد ٦٤,١% بينما كانت نسبة المواد المعارضة ١٩%، ويرجـــع ذلك إلى أن الأهرام جريدة قومية وتأخذ فى أغلب الأحيان الموقف الرسمى للحكومة.

وقد اتخذ إبراهيم نافع رئيس مجلس إدارة الأهرام فى مقاله الافتتـــاحى بتـــاريخ ٢٠٠٢/١/١٠ موقفاً مدافعاً عن الحكومة حين قال: "لا ينبغى لأى أحد أن يتخذ الأزمـــة متنفساً لأزماته الخاصة، فيوجه سهام نقده غير البناء إلى الحكومة"، ويضيف إبراهيـــم نافع: "رفقاً بمصر ولنصم آذاننا عن الأصوات الزاعقة بالبكاء والهجاء".

وأما عن اتجاه مجلة روزاليوسف فقد بلغت نسبة المواد المؤيدة والمواد المؤيـــدة

بتحفظ ٥٠% بينما المواد غير واضحة الاتجاه فقد بلغــت نســبتها ٣٣,٣%، والمــواد المحايدة ١٦,٧% مما يدل على وجود بعض التأرجح فى اتجاه المجلة، وقد برر عبــد الله إمام فى روزاليوسف بتاريخ ٢٠٠٢/١/١٢ صدور القانون بــأن "الحكومــة أرادت ضبط إيقاع الاستيراد"، كما عبرت مديحة عزت بتاريخ ٢٠٠٢/١/١٢ عــن تأييدهـا للقانون قائلة: "السلام أمانة لكل من تنبه وأصدر قانون الجمارك أخــيراً"، ووصفـت المستورد بأنه وباء قائلة: "لقد حل وباء المستورد".

كما يقول عاصم حنفى فى العدد ذاته من المجلة "تعالوا نحــارب المافيـا فــى قطاعى الاستيراد والتصدير"، ولكن فى تحقيق نشر بالعدد نفسه تصــف روزاليوســف تأثير القرارات على مدينة بورسعيد قائلة: "القرارات نزلت على الشارع البورســعيدى كالصاعقة وأصابت الحياة هناك بالشلل"، وعن ضرورة التأنى تقول المجلة فى التحقيق ذاته: "كان يجب التأنى فى إصدار القرارات فقبل أى جراحة لمريض لابد من فحــص المريض أولاً".

وبالنسبة لاتجاه مجلة صباح الخير فقد كان معارضاً للقانون بنسبة ٦٠% مــن المواد التى وردت عن القانون ولم ترد بالمجلة مواد مؤيدة للقانون، وقد عــبر رؤوف توفيق رئيس تحرير المجلة عن موقف المجلة قائلاً: "كان وقع المفاجأة أشبه بالصدمات التى تفقد العقل والأعصاب"، وتساءل: "هل الهدف هو حماية الصناعة الوطنية أم أنــه أسلوب لجمع أكبر قدر من الأموال عن طريق الضرائــب والجمــارك ؟"، ويصــف رؤوف توفيق القانون فيقول: "قوائم لا أدرى كيف تفننوا فــى تفاصيلــها.. ولا كيـف حددوا المبالغ المستحقة عليها بهذا الشكل الجزافى ؟"، وتقول كريمة كمال فــى مجلــة صباح الخير بتاريخ ٢٠٠٢/١/٢٢، "إن القانون لا يحمى الصناعة الوطنية وإنما الــذى يحميها هو جودة الإنتاج والبحث عن الأفضل والالتزام بالقواعد والمعايير".

اتجاه التغطية التليفزيونية لقانون التعريفة الجمركية:

أوضحت النتائج أن ٧٥% من البرامج التليفزيونية التى تنــاولت القــانون فــى القناتين الأولى والثانية بالتليفزيون المصرى كانت مؤيدة للقانون، وإذا أضفنــا نســبة البرامج المؤيدة بتحفظ نجد أن ٨٧،٥% من عينة البرامج كانت مؤيدة للقانون، ولم ترد

على الإطلاق برامج معارضة للقانون فى العينة.

ويلاحظ ربط معظم البرامج التليفزيونية بين الوطنية وشراء المنتج المصـــرى، فالبرامج التليفزيونية اتخذت من القانون فرصة لعمل حملة لتشجيع الصناعة المصرية، فنجد على سبيل المثال فى برنامج (كلمة حق) الذى تقدمه فريدة الزمر وتخرجه كلـــير كامل جاءت شعارات مكتوبة على الشاشة قبل تيتر البرنامج **avant titre** حول تشجيع الصناعة المصرية مثل: "تشجيع الصناعة المصرية وطنية" و "تحسين الإنتاج وطنيـــة أعظم"، كما جاءت عبارة "صنع فى مصر من الشعار إلى الجودة"، أى أن البرنامج بـدأ بتأييد مطلق للقانون، كما ذكرت المذيعة فى أثناء الحلقة أن "القانون دعوة جادة وهامـة وخطيرة لحماية المنتج المصرى"، كما قالت: "إن جنيهاً مصرياً تدفعه لسـلعة أجنبيـة يخرج من مصر ولا يعود بينما جنيهاً تدفعه لمنتج مصرى يوفر فرص عمـل ويفتـح بيوتاً ويوفر مستقبل أفضل".

وقد رفع برنامج (أضواء) فى حلقته الأولى بتاريخ ٢٠٠٢/١/٩ شـعار "اشـتر منتج بلدك تجد وظيفة لولدك"، كما ذكر أشرف عبد الحليم فى برنامج (أخبار النـــاس) بتاريخ ٢٠٠٢/١/١٠ أن "حب الوطن يعنى شراء كل ما هو مصـــرى"، كمـا تبنـى برنامج (ماسبيرو) بتاريخ ٢٠٠٢/١/١٣ شعار "دعوة لحب المنتج المصـــرى"، كمـا تخلل البرنامج عبارات مكتوبة على الشاشة تقول: "تعرف تحـب المنتـج المصـرى وتشجع الاقتصاد المصرى يبقى أنت أكيد المصرى".

ويتضح مما سبق التأييد المطلق للقانون حتى وإن كـــان مـن بيـن ضيـوف بعض البرامج من يعارض القانون أو يتحفظ عليه إلا أن معظم البرامج كـــانت تبـدأ وتنتهى برسالة مباشرة من مقدمى البرامج تؤكد على تأييد القـــانون واعتبـاره منقـذاً للصناعة المصرية.

ونخلص من نتائج تحليـل المضمـون إلـى أن البيئـة المعلوماتيـة للقـانون **The Information Environment** كانت تتسم بتعـدد التيـارات والاتجاهـات نحـو القانون، وأن هذه التيارات كانت انعكاساً للتوجهات السياسية لكل وسيلة، وهو ما يظهر فى الاختلاف بين اتجاه التليفزيون والصحف القومية متمثلة فى جريدة الأهـــرام مـن

ناحية والصحف الحزبية متمثلة فى جريدة الوفد من ناحية أخـــرى، ولذلـــك يوصـــف القانون بأنه قضية استقطاب Polarizing Issue إذ تختلف نحوه الاتجاهات بـــاختلاف التوجهات السياسية.

ثانيا: *مسارات البرهنة التى تم الاعتماد عليها فى معالجة القانون*:

اشتملت مسارات البرهنة التى اعتمدت عليها الصحافة فى معالجة القانون علـــى العديد من الأطروحات أبرزها الأطروحة المعارضة للقانون والأطروحة المؤيدة لـــه، واشتملت كل منهما على مبررات اقتصادية واجتماعية وقانونية، وكـــان مـــن أبـــرز المبررات الاقتصادية لمعارضة القانون أنه سيؤدى إلى الركود فى الســـوق المحلـــى، وسيلحق أضراراً جسيمة بمحافظة بورسعيد، كما أنه سيؤدى إلى ارتفاع الأسعار نتيجة لاحتكار المنتجات المحلية للسوق، كذلك فإنه سيضر الصناعة الوطنيـــة لأن الحمايـــة الزائدة تقضى على التجويد والمنافسة، أيضاً فإنه سيؤدى إلى زيادة معدلات التـــهريب، ومن أبرز المبررات الاجتماعية لمعارضة القانون أنه سيؤدى إلى استغلال المواطنيـــن وتشريد آلاف الأسر وزيادة الفجوة بين الطبقات، وتمثلت المبررات القانونية لمعارضـــة القانون فى أنه يتعارض مع اتفاقية الجات.

وبالنسبة للأطروحة المؤيدة للقانون كان أبرز المبررات الاقتصادية فيها هـــى أن القانون يحمى الصناعة الوطنية، ويقضى على ظاهرتى التهريب والإغراق، كما كـــانت أبرز المبررات القانونية هى أن القانون لا يتعارض مع شروط اتفاقية الجات، كما أنـــه جاء لإزالة التشوهات الموجودة فى القانون القديم، أما المـــبررات الاجتماعيـــة فكـــان أبرزها تحقيق الاستقرار للعاملين وأصحاب المصانع، والحـــد مـــن انتشـــار ظـــاهرة الاستهلاك.

ويلاحظ مما سبق أن المحكات التى اعتمدت عليها الصحافة لتأييد القانون هـــى ذاتها التى تم الاعتماد عليها لمعارضته.

واشتملت مسارات البرهنة التى قدمتها البرامج التليفزيونية فى معالجة القـــانون على أطروحتين بارزتين، وهما: الأطروحة المؤيدة والتى قدمت مبررات مشابهة لمـــا قدمته الصحافة، والأطروحة التى تتجاوز القانون وتقترح وسائل للنهوض بالصناعـــة،

وقد كانت أبرز مقترحاتها: تخفيض تكلفة الإنتاج عن طريق خفض الضرائب وأسعار المواد الخام، والاعتماد على نتائج الأبحاث لتطوير الصناعة، والاهتمام بالموضة العالمية، واتباع المواصفات القياسية، وتدريب العمالة والاهتمام بالتسويق والدعاية، وتخفيض سعر الإعلان عن المنتجات الوطنية.

ثالثاً: الأطر المرجعية التى تم الاعتماد عليها فى معالجة القانون:

جاءت تصريحات المسئولين فى المرتبة الأولى بين الأطر المرجعية التى اعتمدت عليها الصحافة على اعتبار أنه قانون أصدرته الحكومة، وبالتالى فإن الصحف اعتمدت على تصريحات المسئولين فى الحصول على معلومات عن القانون، وفى تبرير صدور القانون من وجهة النظر الحكومية، وجاء الإطار القانونى فى المرتبة الثانية على اعتبار أن الموضوع به شق قانونى مهم، وهو مدى اتفاقه أو اختلافه مع اتفاقية الجات ومدى دستورية صدور هذا القانون، وقد ورد هذا الإطار المرجعى فى سياق التأييد وفى سياق المعارضة للقانون، ثم جاء الإطار التاريخى فى المرتبة الثالثة وركز على تاريخ مدينة بورسعيد والأسباب التاريخية لنشأة المنطقة الحرة بها.

وقد تكررت تلك الأطر المرجعية فى المعالجة التليفزيونية للقانون، وإن اختلف ترتيبها حيث جاء الإطار المرجعى القانونى فى المرتبة الأولى، ثم الإطار المرجعى التاريخى. ثم جاءت الأمثال والحكم، وتلتها تصريحات المسئولين.

ب- نتائج دراسة الجمهور الخاصة بقانون التعريفة الجمركية[١١٨]:

انعكست اتجاهات التغطية التليفزيونية والصحفية نحو القانون على اتجاهات الجمهور العام، فنجد أن تأرجح وسائل الإعلام تجاه القانون قد انعكس على اتجاهات الجمهور حيث كانت نسبة الأفراد شديدى الإيجابية نحو القانون ٢٤,٨% بينما الأفراد الأقل إيجابية فى اتجاهاتهم نحو القانون كانت نسبتهم ٢٩,٧% أى أن هناك تقارباً بين النسبتين.

جـ- نتائج اختبارات الفروض الخاصة بالتطبيق الأول:

اختبار الفرض الأول (أ):

توجد علاقة ارتباطية طردية بين حجم التعرض لوســـائل الإعــلام (صحافــة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو قانون التعريفة الجمركية.

لاختبار الفرض تم حساب قيمة كا٢ بين متغير حجم التعرض لوسائل الإعـــلام (صحافة وتليفزيون)، ومتغير شدة الاتجاه وقد بلغت قيمتها ١١,٠٩٨ وهى ذات دلالـــة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٢٥)، ولمعرفة شـــدة العلاقـــة تـــم حساب معامل التوافق الذى بلغت شدته ٠,١٩ عند مستوى معنويـــة أقـــل مـــن ٠,٠٥ (٠,٠٢٥)، أما معامل ارتباط بيرسون فقد بلغت شدته ٠,٢٤ عند مستوى معنوية أقـــل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١).

ولمعرفة مدى معنوية الفروق بين منخفضى وكثيفى التعرض لوسائل الإعـــلام (صحافة وتليفزيون)، تم إجراء اختبار (ت) الذى أظهرت نتائجه وجود فـــروق دالـــة إحصائياً بين متوسطات شدة الاتجاه لدى كل من منخفضى التعرض (٢٨,١٥) وكثيفـــى التعرض (٣٣,٤) حيث إن قيمة (ت)= -٢,٧١، وهى دالة إحصائيـــاً عنـــد مســـتوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٧)، أى أن هناك علاقة ارتباطية طرديـــة بيـــن حجـــم التعرض وشدة الاتجاه نحو القانون.

ومن ثم نقبل الفرض الأول (أ).

ويلاحظ من هذه النتيجة أن الأكثر تعرضاً لوسائل الإعلام اتجاههم أكثر إيجابيـــة نحو القانون، ويرجع ذلك إلى أن التليفزيون الذى يعتمد عليه معظـــم أفـــراد العينـــة، بالإضافة إلى الصحافة القومية، كان اتجاهها إيجابياً نحو القـــانون، بينمـــا الصحافـــة المعارضة التى كان اتجاهها سلبياً نحو القانون لم يعتمـــد عليـــها ســـوى ٨,٧% مـــن مفردات العينة، ومن ذلك يتضح لنا أن اتجاه المبحوثين كان متفقاً مع الاتجـــاه العـــام للوسائل التى يعتمدون عليها، وفى هذا تأكيد لما أشار إليه بعـــض البـــاحثين مـــن أن الرسائل أحادية الاتجاه أكثر تأثيراً على المبحوثين من الرسائل متعددة الاتجاه.

اختبار الفرض الأول (ب):

توجد علاقة ارتباطية طردية بين حجم التعـــرض للتليفزيـــون وشـــدة الاتجـــاه الإيجابى نحو قانون التعريفة الجمركية الجديدة.

لاختبار هذا الفرض تم حساب قيمة كا٢ بين متغير حجم التعـــرض للتليفزيـــون وشدة الاتجاه، وقد بلغت قيمتها ١١,٥٣، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنويـــة أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٢١)، ولمعرفة شدة العلاقة تم حساب معامل التوافق الذى بلغـــت شدته ٠,١٩ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٢١)، أما معامل ارتباط بيرســـون فقد بلغت شدته ٠,١٨ عند مستوى معنوية أقل مـــن ٠,٠٥ (٠,٠٠٠٢)، أى أن هنـــاك علاقة ارتباطية طردية بين حجم التعرض للتليفزيون وشدة الاتجاه نحو القانون.

ومن ثم نقبل الفرض الأول (ب).

وترجع العلاقة الطردية بين حجم التعرض للتليفزيون وإيجابية الاتجـــــاه نحـــو القانون إلى ما سبق الإشارة إليه من أن اتجاه التليفزيون نحو القانون كان إيجابياً بشكل مطلق، كما أنه ربط بين القانون وتشجيع الصناعة المصرية والوطنية.

اختبار الفرض الأول (جـ):

توجد علاقة ارتباطية طردية بين حجم التعرض للصحافة وشدة الاتجاه الإيجابى نحو القانون.

لاختبار هذا الفرض تم حساب قيمة كا٢ بين متغير حجم التعـــــرض للصحافـــة وشدة الاتجاه نحو القانون، وقد بلغت قيمة كا٢= ٤،٩٥، وهى دالـــــة إحصائيـــاً عنـــد مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٢٩).

ولكن بحساب معامل ارتباط بيرسون وجد أن هناك علاقة بين حجم التعـــــرض للصحافة وشدة الاتجاه نحو القانون حيث بلغت قيمة المعامل ٠,٢٠، وهى قيمـــة دالـــة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١)، أى أن هناك علاقة بين حجـم التعرض للصحافة وإيجابية الاتجاه نحو القانون.

وبما أن معامل ارتباط بيرسون يتم حسابه من البيانـــات الأصليـــة Raw Data

على عكس معامل ارتباط كا٢ الذى يتم حسابه من البيانات بعد تقسيمها إلى مستويات، فإن معامل ارتباط بيرسون يُعتد بنتائجه أكثر من معامل ارتباط كا٢.

ومن ثم نقبل الفرض الأول (ج).

وترجع العلاقة الطردية بين حجم التعرض للصحافة وإيجابية الاتجاه نحو القانون إلى أن ٧٦,٦% من عينة المعتمدين على الصحافة كمصدر أو ثان (وعددهم ١٥٨ مبحوثاً) يعتمدون على الصحف القومية ذات الاتجاه الإيجابى نحو القانون فى مقابل ٢٣,٤% يعتمدون على صحف معارضة.

اختبار الفرض الأول (د):

توجد علاقة ارتباطية بين نوعية الصحيفة (قومية / معارضة) وشدة الاتجاه نحو قانون التعريفة الجمركية.

لاختبار هذا الفرض تم حساب قيمة كا٢ بين المتغيرين التى بلغت قيمتها ١١,٥٦، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٣)، وللتعرف على شدة العلاقة تم حساب معامل التوافق الذى بلغت شدته ٠,٢٠ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٣).

وبما أن متغير نوعية الصحيفة متغير اسمى فلا يمكننا حساب معامل ارتباط بيرسون فى هذه العلاقة.

ولمعرفة مدى معنوية الاختلاف بين الأفراد الذين يعتمدون على الصحف القومية والأفراد الذين يعتمدون على الصحف المعارضة من حيث متوسطات شدة الاتجاه، تم إجراء اختبار (ت) الذى أظهرت نتائجه وجود فروق بين متوسط شدة الاتجاه لدى المعتمدين على الصحف القومية (٣٢,٨) والمعتمدين على الصحف المعارضة (٢٩,٢٩) أى أن المعتمدين على الصحف القومية اتجاههم أكثر إيجابية نحو القانون، ولكن هذه الفروق غير دالة إحصائياً حيث إن قيمة (ت) = ١,٧٩، وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٠٧٤).

ومن ثم نرفض الفرض الأول (د).

اختبار الفرض الثاني:

يؤثر مستوى الوعى السياسى على شدة العلاقة بين حجـم التعـرض لوسـائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو القانون.

للتعرف على مدى شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض ومتغير شدة الاتجاه مع ضبط متغير مستوى الوعى السياسى، تم حساب معامل الارتباط الجزئى الذى بلغـت شدته ٠,١٦، وهى علاقة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل مـن ٠,٠٥ (٠,٠٠٤)، وللتعرف على مدى شدة العلاقة بين متغيرات حجم التعرض وشدة الاتجاه عند دخـول المتغير الوسيط على العلاقة، تم حساب معامل الارتباط المتعدد الـذى بلغـت قيمتـه ٠,٣٣ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١) أى أن دخول المتغـير الوسـيط (الوعى السياسى) على العلاقة زاد من شدتها.

وقد تم حساب معامل ارتباط بيرسون بين متغير الوعى السياسى وشدة الاتجـاه، وبلغت قيمته ٠,٢٩ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١).

ولمعرفة مدى معنوية الاختلاف بين منخفضى ومرتفعى الوعى السياســى مـن حيث متوسطات شدة الاتجاه، تم إجراء اختبار (ت) الذى أظهرت نتائجه وجود فـروق دالة إحصائياً بين متوسطات شدة الاتجاه لدى كل مـن منخفضـى الوعـى السياسـى (٢٥,٩٦) ومرتفعى الوعى السياسى (٣٤,٤٥) حيث إن قيمة (ت) = -٤,٣٩٢، وهـى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١) أى أن هناك علاقـة ارتباطية طردية بين مستوى الوعى السياسى وشدة الاتجاه.

ومن ثم نقبل الفرض الثانى.

وتشير هذه النتيجة إلى غلبة تأثير التليفزيون والصحف القومية المؤيدين للقـانون على تأثير الصحف المعارضة بين الأفراد الأكثر وعياً سياسـياً، وخاصـة أن نسـبة المنتمين للأحزاب المعارضة لاتتجاوز ٢,٣% من مفردات العينة، ويتفق ذلك مع مـا أشار إليه كل من باوليك وكاتز (١٩٩٨) **Powlick & Katz** من أنه عندما يكون تـأييد سياسة الحكومة هو الاتجاه السائد فى تغطية وسائل الإعلام (التليفزيـون والصحافـة القومية فى هذا التطبيق) فإن الأفراد الأكثر وعياً سياسياً يصبحون هم الأكـثر تـأييداً

لهذه السياسة، بينما ينخفض هذا التأييد بين الأفراد الأقل وعياً سياســــياً[١١٩]، خاصـــة عندما يكون الأفراد الأكثر وعياً سياسياً غير منتميــن لأحــزاب معارضـــة لسياســة الحكومة كما هو الحال فى الدراسة الحالية.

اختبار الفرض الثالث:

يؤثر مستوى مألوفية القضية على شدة العلاقة بين حجـــم التعــرض لوســائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو القانون.

للتعرف على شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجــاه مــع ضبــط متغير مستوى مألوفية القضية، تم حساب معامل الارتباط الجزئى الذى بلغــت شـدته ٠,١٢ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٢)، وللتعرف على مدى شدة العلاقـــة بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه عند إدخال المتغير الوسيط (مســتوى مألوفيـــة القضية) على العلاقة، تم استخدام معامل الارتباط المتعدد الذى بلغت شدته ٠,٥٨ عنـد مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١)، وبمقارنة قيمة المعاملين نجـد أن العلاقـة بين حجم التعرض وشدة الاتجاه ازدادت قوة بدخول المتغير الوسيط عليها، مما يوضح التأثير القوى لمستوى مألوفية القضية على العلاقة.

وبحساب معامل ارتباط بيرسون بين متغير مستوى مألوفيـــة القضيـــة وشـــدة الاتجاه، نجد أن قيمة الارتباط بين المتغيرين بلغت ٠,٥٧ عند مستوى معنوية أقل مـــن ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١) مما يدل على وجود علاقة قوية بين المتغيرين.

ولمعرفة مدى معنوية الاختلاف بين الأدنى والأعلى فى مستوى مألوفية القضية من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو القانون، تم إجراء اختبار (ت) الـــذى أظـــهرت نتائجه وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات شدة الاتجاه نحو القانون لدى كل مـــن الأفراد الأدنى فى مستوى مألوفية القضية (٢١,٤٩) والأفراد الأعلـــى فـــى مســتوى مألوفية القضية (٣٥,٢٥) حيث إن قيمة (ت) = -٦,١٨ وهى قيمة دالة إحصائياً عنـــد مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١)، أى أن هناك علاقة ارتباطية طردية بيـــن مستوى مألوفية القضية وشدة الاتجاه نحو القانون.

ومن ثم نقبل الفرض الثالث.

وترجع تلك النتيجة إلى أن ارتفاع مستوى مألوفية القضية لدى الفرد يؤدى إلـــى زيادة قدرته على تلقى الرسائل المتعلقة بها، ومن ثم يحدث التأثر بها، خاصة إذا كانت هذه الرسائل لا تتعارض مع اتجاهاته ومصالحه الشخصية.

اختبار الفرض الرابع:

يؤثر مستوى الانغماس (الارتباط الشخصي بالقضية) على شدة العلاقـــة بيـــن حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشـــدة الاتجـــاه الإيجـــابى نحـــو القانون.

لمعرفة شدة العلاقة بين حجم التعرض وشدة الاتجاه فى حالـــة ضبـــط متغـــير مستوى الانغماس، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى الذى بلغت شـــدته ٠,١٩ عنـــد مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠١)، وللتعرف على مدى شدة العلاقة بعد دخـــول متغير الانغماس على العلاقة، تم استخدام معامل الارتباط المتعدد الذى بلغـــت شـــدته ٠,٦٨ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١)، وبمقارنة قيمة المعاملين نجد أن دخول متغير مستوى الانغماس على العلاقة زادها قوة فبعـــد أن كـــانت ٠,١٩ عنـــد مستوى معنوية ٠,٠٠١ أصبحت ٠,٦٨ عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠١.

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين متغير مســـتوى الانغمـــاس وشـــدة الاتجاه -٠,٦٦ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١) أى أن هنـــاك علاقة ارتباطية عكسية وقوية بين المتغيرين.

ولقياس مدى معنوية الاختلاف بين غير المنغمسين ومرتفعى الانغمـــاس مـــن حيث متوسطات شدة الاتجاه، تم إجراء اختبار (ت) الذى أظهرت نتائجه وجود فـــروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات شدة الاتجـــاه لـــدى غـــير المنغمســـين (٣٨,١٦) ومرتفعى الانغماس (٣٠,٣٥) حيث إن قيمة (ت) = ٦,٣٦، وهى قيمة دالة إحصائيـــاً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١) أى أن هناك علاقة ارتباطيـــة عكســـية بين مستوى الانغماس وشدة الاتجاه الإيجابى نحو القانون.

ومن ثم **نقبل الفرض الرابع.**

ويرجع ذلك إلى أن الأفراد الأكثر انغماساً فى القانون – وهم غالباً المتـــاجرون

فى البضائع المستوردة والأسر المتضررة اقتصادياً من القانون – سيعانون من تطبيــق القانون، فإن اتجاهاتهم كانت أكثر سلبية تجاه القانون حيــث لــم يتــأثروا بالمعالجــة التليفزيونية الإيجابية للقانون أو بمعالجة بعض الصحف القومية الإيجابية أيضاً، وذلــك لأن مصالحهم الشخصية كانت بمثابة المرشح Filter الذى يســمح بمــرور الرســائل المتفقة مع تلك المصالح فقط دون غيرها.

اختبار الفرض الخامس:

تؤثر درجة إعمال العقل على شدة العلاقة الارتباطية بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو القانون.

لمعرفة شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه عند ضبــط متغيــر درجة إعمال العقل، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى الذى بلغت قيمته ٠،١٢ عنــد مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٤٢)، ولمعرفة شدة العلاقــة بيــن متغيــر حجــم التعرض وشدة الاتجاه عند إدخال المتغير الوسيط على العلاقة، تم اســتخدام معــامل الارتباط المتعدد الذى بلغت قيمته ٠,٤٨ عنــد مســتوى معنويــة أقــل مــن ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١)، وبمقارنة قيمة معامل الارتباط الجزئى بقيمة معامل الارتباط المتعدد نجـد أن دخول المتغير الوسيط على العلاقة أدى إلى زيادة قوتها.

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين متغير درجة إعمال العقــل وشــدة الاتجاه نحو القانون ٠,٤٧، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١) أى أن هناك علاقة ارتباطية طردية وقوية بين المتغيرين.

ولمعرفة مدى معنوية الفروق بين الأدنى والأعلى فى درجة إعمال العقل مــن حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو القانون، تم إجراء اختبار (ت) الذى أظهرت نتائجــه وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات شدة الاتجاه لدى كل من الأدنى فــى درجــة إعمال العقل (٢٦,٠٦) والأعلى فى درجة إعمال العقل (٣٥,٤) حيث إن قيمــة (ت) = -٤,٤١، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل مــن ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١) أى أن هناك علاقة ارتباطية طردية بين درجة إعمال العقل وشدة الاتجاه نحو القانون.

ومن ثم **نقبل الفرض الخامس**.

ويمكن إرجاع تلك النتيجة إلى أن قانون التعريفة الجمركية يمس مصالح كافة فئات المجتمع بدرجات متفاوتة، أى أن هناك مستوى مرتفعاً من الارتباط الشخصى بالقانون، ولذلك ازدادت الدافعية لإعمال العقل فى الرسائل التى يتم التعرض لها، والتفكير فى البراهين التى تتضمنها، وبالتالى كان متغير درجة إعمال العقل متغيراً حاسماً فى تحديد مدى التأثر بالرسالة الإعلامية، وبما أن معظم مفردات العينة تعتمد على التليفزيون (٥٨,٤%)، وعلى الصحافة القومية (٣٩%) وبما أن هاتين الوسيلتين اتجاههما إيجابى نحو القانون، فإن الأكثر تعرضاً كانوا أكثر تأثراً بهاتين الوسيلتين، وبالتالى كانت اتجاهاتهم أكثر إيجابية نحو القانون بشرط ألا يكون مستوى الانغماس مرتفعاً جداً كما هو الأمر بالنسبة لتجار بورسعيد لأنه فى هذه الحالة سيؤدى إلى معالجتهم المتحيزة للرسائل الإعلامية، فالأفراد الأكثر انغماساً قد يقاومون الرسالة حتى لو كانوا غير قادرين على التفكير فى حجج مضادة، وذلك ما أشار إليه روزر Roser فى دراسته عام ١٩٩٠[١٢٠].

اختبار الفرض السادس (أ):

يؤثر مستوى الحاجة للمعرفة لدى الفرد على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو قانون التعريفة الجمركية.

لحساب شدة العلاقة بين حجم التعرض وشدة الاتجاه مع ضبط متغير مستوى الحاجة للمعرفة، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى الذى بلغت قيمته ٠,٢٣ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١)، ولحساب شدة العلاقة بعد دخول متغير مستوى الحاجة للمعرفة عليها، تم استخدام معامل الارتباط المتعدد الذى بلغت قيمته ٠,٢٥ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١)، وبمقارنة قيمة معامل الارتباط الجزئى بقيمة معامل الارتباط المتعدد نجد أن تأثير دخول المتغير الوسيط كان محدوداً.

ولمعرفة شدة العلاقة بين متغير مستوى الحاجة للمعرفة وشدة الاتجاه، تم حساب معامل ارتباط بيرسون الذى بلغت قيمته ٠,٠٨٢ عند مستوى معنوية أكبر من

٠,٠٥ (٠,١٥)، أى أنه لا توجد علاقة بين المتغيرين.

ومن ثم نرفض الفرض السادس (أ).

ويمكن إرجاع تلك النتيجة إلى طبيعة الموضوع حيث إنه كـــان مـــن الـــبروز لدرجة أن الأفراد الأقل حاجة للمعرفة كانوا على دراية به، وبالتالى لـــم يكـــن هـــذا المتغير مؤثراً فى العلاقة بين حجم التعرض وشدة الاتجاه.

اختبار الفرض السادس (ب):

يؤثر مستوى الميل للجدال على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعـــلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو القانون.

بلغت قيمة معامل الارتباط الجزئى ٠,٢٤ عند مستوى معنوية أقل مـــن ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١)، وبمقارنته بقيمة معامل الارتباط المتعدد ٠,٢٤ عند مستوى المعنوية ذاته، نجد أن دخول المتغير الوسيط على العلاقة لم يؤثر على شدتها.

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مستوى الميل للجدال وشدة الاتجـــاه ٠,٠٤٢ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٤٦) أى أنه لا توجـــد علاقـــة بيـــن المتغيرين.

ومن ثم نرفض الفرض السادس (ب).

اختبار الفرض السادس (ج):

يؤثر مستوى السلطوية على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوســـائل الإعـــلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو القانون.

بلغت قيمة معامل الارتباط الجزئى ٠,٢٤ عند مستوى معنوية أقل مـــن ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١) وبلغت قيمة معامل الارتباط المتعدد ٠,٢٤ عند مستوى المعنوية ذاته، ممـــا يعنى أن تأثير دخول المتغير الوسيط على العلاقة كان محدوداً.

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مستوى تقدير الذات وشـــدة الاتجـــاه ٠,٠٧٥ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,١٩) أى أنه لا توجـــد علاقـــة بيـــن المتغيرين.

ومن ثم نرفض الفرض السادس (ج).

اختبار الفرض السابع:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين الذين يعتمدون على كل وســيلة من حيث شدة الاتجاه الإيجابى نحو قانون التعريفة الجمركية.

لاختبار هذا الفرض، تم استخدام تحليل التباين فى اتجاه واحــد ONE-WAY ANOVA لمعرفة مدى التباين فى متوسط شدة الاتجاه بين مجموعات المعتمدين علــى التليفزيون، والمعتمدين على الصحافة القومية، والمعتمدين على الصحافة المعارضــة، والمعتمدين على الاتصال الشخصى، والجدول التالى يوضح نتائج هذا التحليل:

جدول رقم (٤)

تحليل التباين بين المبحوثين المعتمدين على الوسائل المختلفة

من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو قانون التعريفة الجمركية

مصدر التباين	درجات الحرية	مجموعة المربعات	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى المعنوية
بين المجموعات	٣	١٥٢٧,٧٧٠	٥٠٩,٢٥٧	٨,٠٠٥	٠,٠٠٠١
داخل المجموعات	٤٨٨	٣١٠٤٤,٨٨٧	٦٣,٦١٧		
المجموع	٤٩١	٣٢٥٧٢,٦٥٧	--		

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود تباين ذى دلالة إحصائية بيــن الأفــراد المعتمدين على الوسائل المختلفة من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو القانون حيث إن قيمة (ف) = ٨,٠٠٥، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقــل مــن ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١).

ولتحديد مصدر التباين، تم حساب متوسط شدة الاتجاه نحو القــانون، وحســاب الفروق ذات الدلالة بين المجموعات، وذلك من خلال اختبار توكى Tukey، وهو مــا يتضح فى الجدول التالى:

جدول رقم (٥)

اختبار توكى Tukey لتحديد مصدر التباين بين المجموعات

فى متوسطات شدة الاتجاه نحو القانون

مصدر التباين	التليفزيون المصرى	الصحافة القومية	الصحافة المعارضة	الاتصال الشخصى	متوسطات شدة الاتجاه
التليفزيون المصرى			•		٣٧,٠٩٩٤
الصحافة القومية			•		٣٧,٣٦٣٦
الصحافة المعارضة	•	•		•	٣٠,٦٢١٦
الاتصال الشخصى			•		٣٥,٥٤٢٥

• تشير إلى الاختلاف الدلالى بين المجموعات.

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود تباين بين متوسط شـــدة الاتجـــاه نحـــو القانون لدى المعتمدين على الصحافة المعارضة (٣٠,٦٢١٦) من ناحية والمعتمديـــن على كل من التليفزيون المصرى والصحافة القومية والاتصال الشخصى مـــن ناحيـــة أخرى، حيث بلغت متوسطات شدة الاتجاه لديـــهم ٣٧,٠٩٩٤، ٣٧,٣٦٣٦، ٣٥,٥٤٢٥ على التوالى.

ومن ثم نقبل الفرض السابع.

ويتضح من هذه النتيجة أن اتجاهات المبحوثين نحو القانون كانت متفقـــة مـــع اتجاهات الوسائل التى اعتمدوا عليها حيث كان المعتمدون على الصحافة المعارضـــة أكثر معارضة للقانون من المعتمدين على كل مـــن التليفزيـــون والصحافـــة القوميـــة والاتصال الشخصى.

اختبار الفرض الثامن:

تؤثر الفئة التى ينتمى إليها المبحوث على شدة العلاقة بيـــن حجـم التعـرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجـابى نحـو قـانون التعريفـة الجمركية.

لاختبار هذا الفرض تم استخدام تحليل التباين فى اتجـاه واحـد **ONE-WAY ANOVA** والذى تظهر نتائجه فى الجدول التالى:

جدول رقم (٦)

تحليل التباين بين الأفراد المنتمين للفئات المختلفة من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو قانون التعريفة الجمركية

مصدر التباين	درجات الحرية	مجموعة المربعات	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى المعنوية
بين المجموعات	٤	٧٦٣٢,٠٤٤	١٩٠٨,١١	١١,٩٤٥	٠,٠٠٠١
داخل المجموعات	٣٠٥	٤٨٧١٨,٤٢٤	١٥٩,٧٣٣		
المجموع	٣٠٩	٥٦٣٥٠,٤٦٨	---		

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود تباين ذى دلالة إحصائية بين المبحوثيـــن المنتمين لفئات مختلفة من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو القانون حيث إن قيمة (ف) = ١١,٩٤٥، وهى ذات دلالة إحصائيـــة عنـد مسـتوى معنويـــة أقـل مـن ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١).

ولتحديد مصدر التباين تم حساب متوسط شدة الاتجاه نحو القانون، وحســاب الفـروق ذات الدلالة بين المجموعات، وذلك من خلال اختبار توكى **Tukey**، وهو ما يتضح فى الجدول الآتى:

جدول رقم (٧)

اختبار توكى Tukey لتحديد مصدر التباين بين المجموعات فى متوسطات شدة الاتجاه

مصدر التباين	مستهلكو القاهرة الكبرى	تجار القاهرة الكبرى	تجار بورسعيد	مستهلكو بورسعيد	عمال المصانع	متوسطات شدة الاتجاه
مستهلكو القاهرة الكبرى		*			*	٣٣,٤٥٠٣
تجار القاهرة الكبرى	*		*	*	*	١٩,٣٤٤٨
تجار بورسعيد		*			*	٣٠,٥١١١
مستهلكو بورسعيد		*			*	٣٠,٨٠٠٠
عمال المصانع	*	*	*	*		٤١,١٠٠٠

* تشير إلى الاختلاف الدلالى بين المجموعات.

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود تباين بين متوسط شدة الاتجاه نحو القانون لدى عمال المصانع (٤١،١٠٠٠) من ناحية وبقية الفئات من ناحية أخرى حيث إن متوسط شدة الاتجاه لدى عمال المصانع أكبر منه لدى الفئات الأخرى، كما أن هناك تبايناً بين متوسط شدة الاتجاه لدى تجار القاهرة[١٢١] (١٩,٣٤٤٨) من ناحية وبقية الفئات من ناحية أخرى.

ومن ثم نقبل الفرض الثامن.

ويمكن تفسير تلك النتيجة بالقول إن الفئة التى ينتمى إليها الفرد حددت مدى ارتباطه الشخصى بالقضية، ومن ثم حددت مدى الفوائد أو الأضرار التى ستعود عليه من تطبيق القانون، فمثلاً عمال مصانع الملابس الجاهزة كانوا الأكثر تأييداً للقانون لأنهم أكثر المستفيدين منه، فالقانون جاء لحماية صناعة الملابس الجاهزة فى الأساس، بينما نجد تجار البضائع المستوردة هم الأكثر معارضة للقانون لأنهم أكثر المتضررين منه.

اختبار الفرض التاسع (أ):

يؤثر مستوى التعليم على شدة العلاقة بين حجــم التعــرض لوســائل الإعــلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو القانون.

بلغت قيمة معامل الارتباط الجزئى ٠,٢٥ عند مستوى معنوية أقل مـــن ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١)، وبلغت قيمة معامل الارتباط المتعدد ٠,٢٥ عند مستوى المعنوية ذاته ممـا يوضح أن دخول المتغير الوسيط على العلاقة لم يؤثر عليها.

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مستوى التعليم وشدة الاتجـاه ٠,٠٠٧ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٨٩٨) أى أنه لا توجد علاقة بين المتغيرين.

ومن ثم نرفض الفرض التاسع (أ).

وترجع تلك النتيجة إلى أن القانون كانت له أهمية بالنسبة لمختلف فئات المجتمع ومختلف المستويات التعليمية، ولذلك لم يكن متغير التعليم متغيراً حاسماً فـــى تحديــد مدى التأثر بالرسائل الإعلامية التى تناولت القانون.

اختبار الفرض التاسع (ب):

تؤثر الفئة العمرية على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو القانون.

بلغت قيمة معامل الارتباط الجزئى ٠،٢٣ عند مستوى معنوية أقل مـــن ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١)، وبلغت قيمة معامل الارتباط المتعدد ٠,٢٤ عند مستوى معنوية أقل مـــن ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١) أى أن دخول المتغير الوسيط على العلاقة لم يؤثر عليها.

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين متغير الفئة العمرية وشـــدة الاتجـــاه ٠,٠٦٤، وهى دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٢٦٣) أى أنـــه لا توجد علاقة بين المتغيرين.

ومن ثم نرفض الفرض التاسع (ب).

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن قانون التعريفة الجمركية لا تقتصر آثاره على فئة عمرية دون الأخرى، وإنما تشمل آثاره كافة الفئات العمرية، ولذلك لم يكن متغير الفئة

العمرية متغيراً حاسماً فى تحديد مدى التأثر بالتغطية الإعلامية للقانون.

اختبار الفرض التاسع (جـ):

يؤثر نوع المبحوث على شدة العلاقة بين حجــم التعــرض لوســائل الإعــلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو القانون.

بلغت قيمة معامل الارتباط الجزئى ٠,٢٥ عند مستوى معنوية أقل مـــن ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١)، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط المتعدد ٠,٢٥ عند مستوى المعنوية ذاتـــه مما يعنى أن دخول المتغير الوسيط على العلاقة لم يؤثر على شدتها.

ولمعرفة ما إذا كانت هناك فروق معنوية بين الذكـــور والإنـــاث مـــن حيـــث متوسطات شدة الاتجاه نحو القانون، تم إجراء اختبار (ت) الذى أظهرت نتائجه عـــدم وجود فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث من حيث متوسطات شدة الاتجاه حيـــث كان المتوسط لدى الذكور (٣١,٥٧) ولدى الإناث (٣٢,٧٧)، وقد بلغت قيمـــة (ت) - ٠,٧٧٩ وهى دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أكبر مـــن ٠,٠٥ (٠,٤٤) أى أنـــه لا توجد علاقة بين النوع وشدة الاتجاه نحو القانون.

ومن ثم نرفض **الفرض التاسع (جـ).**

ويمكن إرجاع تلك النتيجة إلى أنه لم تكن هناك فروق دالة بين الذكور والإنـــاث من حيث مستوى انغماسهم فى القانون، أى أن القانون يؤثر على كـــل مـــن الذكـــور والإناث، ولذلك لم تكن بينهم فروق دالة إحصائياً من حيـــث مـــدى التـــأثر بالتغطيـــة الإعلامية للقانون.

اختبار الفرض التاسع (د):

تؤثر المحافظة التى ينتمى إليها المبحوثون على شدة العلاقة بين حجم التعـــرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو القانون.

لاختبار هذا الفرض تم استخدام تحليل التباين فى اتجـــاه واحـــد **ONE-WAY ANOVA** الذى تظهر نتائجه فى الجدول التالى:

جدول رقم (٨)

تحليل التباين بين المبحوثين المنتمين لمحافظات مختلفة

من حيث متوسطات شدة الاتجاه

مصدر التباين	درجات الحرية	مجموعة المربعات	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى المعنوية
بين المجموعات	٢	١٢٩٣,٤٩٨	٦٤٦,٧٤٩	٣,٦٠٦	٠,٠٢٨
داخل المجموعات	٣٠٧	٥٥٠٥٦,٩٧٠	١٧٩,٣٣٩		
المجموع	٣٠٩	٥٦٣٥٠,٤٦٨	—		

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود تباين ذى لادلة إحصائية بين المبحوثيـن المنتمين لمحافظات مختلفة من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو القانون حيث إن قيمـة (ف) = ٣,٦٠٦ وهى ذات دلالة إحصائية عنـد مسـتوى معنويـة أقـل مـن ٠,٠٥ (٠,٠٢٨).

ولتحديد مصدر التباين تم حساب شدة الاتجاه نحو القانون، وحساب الفروق ذات الدلالة بين المجموعات وذلك من خلال اختبار توكى Tukey، وهو مـا يتضـح فـى الجدول الآتى:

جدول رقم (٩)

اختبار توكى Tukey لتحديد مصدر التباين بين المجموعات

فى متوسطات شدة الاتجاه نحو القانون

مصدر التباين	محافظة القاهرة	محافظة الجيزة	محافظة بورسعيد	متوسطات شدة الاتجاه
محافظة القاهرة		•	•	٣٤,٧٩١٣
محافظة الجيزة	•			٣٠,٧٩١٧
محافظة بورسعيد	•			٣٠,٢٥٣٣

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود تباين بين متوسط شـــدة الاتجـــاه نحـــو القانون لدى سكان القاهرة من ناحية (٣٤,٧٩١٣) وسكان الجيزة (٣٠,٧٩١٧) وسكان بورسعيد (٣٠,٢٥٣٣) من ناحية أخرى.

ومن ثم نقبل الفرض التاسع (د).

وترجع تلك النتيجة إلى اختلاف مستوى الارتباط الشخصى لأبناء كل محافظـــة بالقانون، وحجم الآثار المترتبة على تطبيقه على أبناء كل محافظة، فعلى سبيل المثـــال نجد المبحوثين من محافظة بورسعيد اتجاهاتهم أقل إيجابية نحو القـــانون، وذلـــك لأن الآثار السلبية التى ستعود عليهم من تطبيق القانون كثيرة وخطيرة.

اختبار الفرض العاشر:

يؤثر متغير الانتماء الحزبى على شدة العلاقة بيـــن حجـــم التعـــرض لوســـائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو قانون التعريفة الجمركية.

بلغت قيمة معامل الارتباط الجزئى ٠,٢٥ عند مستوى معنوية أقل مـــن ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١)، ولمعرفة شدة العلاقة بعد دخول المتغير الوسيط على العلاقة، تم حســـاب معامل الارتباط المتعدد الذى بلغت قيمته ٠,٢٦ عند مستوى المعنوية ذاته، وبمقارنـــة قيمة المعاملين نجد أن تأثير دخول المتغير الوسيط على العلاقة تأثير محدود للغاية.

وقد تم استخدام تحليل التباين فى اتجاه واحد لمعرفة مدى التباين فـــى متوســـط شدة الاتجاه بين الأفراد غير المنتمين حزبياً، والأفـــراد المنتميـــن للحـــزب الوطنـــى، والأفراد المنتمين لأحزاب معارضة، وقد أظهرت نتائج التحليل عدم وجود تبـــاين ذى دلالة إحصائية بين الأفراد ذوى الانتماءات الحزبية المختلفة من حيث متوسطات شـــدة الاتجاه نحو القانون حيث إن قيمة (ف) = ١,٢٦، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٢٩).

ومن ثم نرفض الفرض العاشر.

ويمكن إرجاع تلك النتيجة إلى ضعف الانتماءات الحزبية بين مفردات العينـــة، وفى محافظات مصر عموماً، ولذلك فإن متغير الانتماء الحزبى لا يلعب دوراً مؤثـــراً فى تحديد مدى التأثر بالتغطية الإعلامية لأية قضية.

ثانيا: نتائج التطبيق الثانى (قضية المقاطعة):

أ- نتائج تحليل المضمون:

أولا: اتجاه الصحافة والتليفزيون نحو قضية المقاطعة:

- اتجاه الصحف نحو قضية المقاطعة:

جدول رقم (١٠)

اتجاه الصحف نحو قضية المقاطعة

الاتجاه / الصحيفة	مؤيد		معارض		مؤيد بتحفظ		غير واضح		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الأهرام	٥١	٧٣,٩	١٠	١٤,٥	٦	٨,٧	٢	٢,٩	٦٩	٤٣,٩
الوفد	٦٥	٨٩,١	٤	٥,٥	٢	٢,٧	٢	٢,٧	٧٣	٤٦,٥
روزاليوسف	٢	٤٠	٣	٦٠	-	-	-	-	٥	٣,٢
صباح الخير	٧	٧٠	-	-	-	-	٣	٣٠	١٠	٦,٤
المجموع	١٢٥	٧٩,٦	١٧	١٠,٨	٨	٥,١	٧	٤,٥	١٥٧	١٠٠

يتضح من بيانات الجدول السابق أن الصحافة كان يغلب عليها تأييد قضية المقاطعة إذ بلغت نسبة التأييد ٧٩,٦% من إجمالى المواد التى تناولت المقاطعة، فإذا أضفنا إليها نسبة المواد المؤيدة بتحفظ والتى بلغت ٥,١% يصبح إجمالى المواد المؤيدة ٨٤,٧% من العينة فى مقابل ١٠,٨% نسبة المواد المعارضة للمقاطعة.

وإذا قارنا بين اتجاهات الصحف المختلفة نجد أن جريدة الوفد كانت أكثر الصحف تأييداً للمقاطعة إذ بلغت نسبة المواد المؤيدة للمقاطعة بها ٨٩,١%من إجمالى المواد التى قدمتها، وذلك ما عبر عنه السيد الغضبان فى مقاله فى الوفد بتاريخ ٢٠٠٢/٤/٢٧ إذ قال إن "الصحافة الوطنية (الحزبية والمستقلة وبدرجة ما الصحافة القومية) قد تولت الدعوة للمقاطعة كاشفة التأثير المتوقع على المصالح الأمريكية والإسرائيلية مع نشر قوائم سوداء للمتعاملين فى هذه السلع والإرشاد للسلع البديلة".

وبالنسبة لمجلة روزاليوسف نجد أن موقفها متأرجح ما بين التـــأييد للمقاطعـــة بنسبة ٤٠% والمعارضة لها بنسبة ٦٠% ولكن يقلل من تأثير روزاليوسف أن نســـبة المواد التى وردت بها عن المقاطعة لا تمثل سوى ٣,٢% من عينة المواد الصحفية.

أما بالنسبة لمجلة صباح الخير فلم ترد بها مواد معارضة للمقاطعـــة، وبلغـت نسبة تأييدها للمقاطعة ٧٠%، بينما جاءت ٣٠% من موادها غير واضحة الاتجاه.

وقد تعددت مستويات المقاطعة ما بين التـــأييد المطلـــق للمقاطعـــة الأمريكيـــة والإسرائيلية بكل أشكالها إلى المعارضة المطلقة للمقاطعة الأمريكية والإسرائيلية بكـــل أشكالها.

وقد جاء تأييد المقاطعة الاقتصادية لأمريكا وإسرائيل معاً فى المرتبـــة الأولـــى بنسبة ١٨,٥% من إجمالى العينة، وقد عبر محمود المراغى فـــى الأهـــرام بتـــاريخ ٢٠٠٢/٥/٧ عن ذلك التأييد حين قال "نحن نضرب فى الجسد الحى عندما نلعب بورقة التجارة والاقتصاد" ثم جاء تأييد المقاطعة السياسية والاقتصادية لإسرائيل والاقتصاديـــة فقط لأمريكا فى المرتبة الثانية بنسبة ١٤% من إجمالى العينة، ثـــم تـــأييد المقاطعـــة الاقتصادية لإسرائيل فقط فى المرتبة الثالثة بنسبة ١٠,٢% ثم جـــاء تـــأييد المقاطعـــة الإسرائيلية بكل أشكالها بنسبة ٨,٩%، والنسبة ذاتـــها حظـــى بـــها تـــأييد المقاطعـــة الاقتصادية لأمريكا، وقد عبر السيد الغضبان فى الوفـــد بتـــاريخ ٢٠٠٢/٤/١٣ عـــن جدوى المقاطعة الاقتصادية لأمريكا بقوله "إن الشعوب تملك منازلة العملاق الأمريكـــى فى ساحات كثيرة تعرف الشعوب فيها كيف تثخن جسد هذا العملاق بجراح خطـــيرة"، وقد هاجم أمير سعودى الولايات المتحـــدة الأمريكيـــة فـــى جريـــدة الوفـــد بتـــاريخ ٢٠٠٢/٥/١٣، وقال مبرراً أهمية المقاطعة الاقتصادية لأمريكا" إن ثمن سيجارة دخـــان أمريكى تعادل قيمة رصاصة وإن وجبة من مطعم أمريكى أو زجاجة مياه غازية تقـــدم وجبة كاملة لعدة أسر فلسطينية". وقد جاء تأييد المقاطعة الأمريكية والإسرائيلية بكـــل أشكالها بنسبة ٦,٤%، والنسبة ذاتها حظى بها تأييد المقاطعة النفطية.

وفى تحليل لأسامة غيث بالأهرام بتاريخ ٢٠٠٢/٥/١١ ذكر بعـــض مـــبررات تأييد المقاطعة النفطية قائلاً: "إن البترول قوة ردع مؤثـــرة وفعالـــة بكـــل حســـابات

الاستراتيجية الكونية للمصالح"، وأضاف "أن الدول الكبرى تستخدم كل وسائل الضغط والتخويف والتهديد غير المشروعة لتفريغ المنتجين من الإرادة ووحدة الهدف والقرار وضمان تحييد البترول كقوة ردع مشروعة فى النطاق العالمى.. ومع ثبوت أن جانباً حيوياً وعضوياً من معاناة العالم العربى والإسلامى ومشاكله يرتبط بامتلاكه قدرات هائلة من إنتاج النفط، فإن اللحظة المناسبة قد حانت للدعوة لتفعيل دور النفط كقوة ردع".

اتجاه التغطية التليفزيونية نحو قضية المقاطعة:

أوضحت النتائج أن ٦٠% من البرامج التليفزيونية التى تناولت قضية المقاطعة على القناتين الأولى والثانية بالتليفزيون المصرى كانت مؤيدة للمقاطعة، وقد تركزت معظم هذه النسبة فى برنامج "رئيس تحرير" حيث تبنى حمدى قنديل مقدم البرنامج الدعوة للمقاطعة فى العديد من حلقات البرنامج، ومن عبارات حمدى قنديل التى أوضحت تأييده للمقاطعة "مش هنغرق بل هنقاطع" و "الغرب أساتذة فى استخدام سلاح المقاطعة فلماذا حلال لهم وحرام علينا ؟".

وقد جاءت البرامج المعارضة للمقاطعة فى المرتبة الثانية بنسبة ٢٠% من البرامج فى العينة وقد تمثلت فى برنامج (أخبار الناس) بتاريخ ٢٠٠٢/٤/٢٥ الذى عارض المقاطعة صراحة مبرراً ذلك بأنها تضر الاقتصاد المصرى وتشرد آلاف الأسر، أما البرنامج الثانى فهو برنامج (حوار) لمحمد الحسينى بتاريخ ٢٠٠٢/٥/١٧ الذى عارض المقاطعة ضمنياً من خلال الحديث عن نظام الفرانشيز ومزاياه بالنسبة للصناعة المحلية، ودعوته للخريجين الجدد وأصحاب المشروعات الصغيرة الذين يريدون تطوير إنتاجهم ليتصلوا بجمعية الفرانشيز المصرية.

وقد جاءت البرامج المحايدة وغير واضحة الاتجاه بنسبة ١٠% لكل منها، وتمثلت فى برنامج (المنتدى الاقتصادى) بتاريخ ٢٠٠٢/٥/١٨، والذى تناول تأثير الأوضاع السياسية فى الشرق الأوسط على العلاقات الاقتصادية مع إسرائيل، وقد اتسم اتجاه البرنامج بعدم الوضوح، أما حلقة برنامج (المنتدى الاقتصادى) بتاريخ ٢٠٠٢/٦/١ فقد تناولت مدى إمكانية اتخاذ موقف عربى ضد المصالح الأمريكية فى

البلاد العربية، واتسم اتجاه البرنامج بالحيادية حيث عرض وجهات النظـــر المختلفــة دون تغليب لإحداها على الأخرى.

ثانيا: مسارات البرهنة التى تم الاعتماد عليها فى معالجة قضية المقاطعة:-

اشتملت مسارات البرهنة التى قدمتها وسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) علـــى أطروحات متشابهة، كانت أبرزها الأطروحة المؤيدة للمقاطعة، وتضمنـــت مـــبررات سياسية واقتصادية واجتماعية وتاريخية، وكان من أبرز المبررات السياسية: الرد على الاعتداءات الإسرائيلية والرد على التحيز الأمريكى السافر لإسرائيل، والضغط علـــى الولايات المتحدة وتهديد مصالحها لتعدل سياستها تجاه الصراع العربى - الإســـرائيلى، وكان من أبرز المبررات الاقتصادية: إلحاق الخسائر بالاقتصاد الأمريكـــى وضـــرب الاقتصاد الإسرائيلى وتشجيع المنتجات المحلية، وكان من أبرز المبررات الاجتماعيـة: التعبير عن الغضب الشعبى، ومساندة أبناء فلسطين، وتمثلت المبررات التاريخية فـــى أن سلاح المقاطعة تم استخدامه بنجاح فى فترات تاريخية سابقة مثل اســـتخدام ســـلاح البترول فى حرب أكتوبر، واستخدام المصريين لسلاح المقاطعـــة ضـــد الاســـتعمار الأجنبى، واستخدام الولايات المتحدة الأمريكية لسلاح المقاطعة ضد العديد من الدول.

ثالثا: الأطر المرجعية التى اعتمدت عليها وسائل الإعلام فى معالجة قضية المقاطعة:-

جاءت الأطر المرجعية التاريخية فى المرتبة الأولى بين الأطر التى اعتمـــدت عليها الصحافة، ومن أبرزها: تاريخ الصراع العربى الإسرائيلى، واســـتخدام ســـلاح البترول فى حرب أكتوبر، وجاء الإطار المرجعى القانونى فى المرتبة الثانيـــة، ومـــن أبرز الأمثلة عليه قرارات مجلس الأمن، وقواعد ومواثيق الشرعية الدولية، واتفاقيـــة الجات، ثم جاءت تصريحات المسئولين فى المرتبة الثالثة.

وبالنسبة للأطر المرجعية التى اعتمدت علـــيها التليفزيـــون نجـــد الاقتباســـات الصحفية فى المرتبة الأولى، يليها الأطر المرجعية التاريخية ثم تصريحات المسئولين.

ب- نتائج دراسة الجمهور الخاصة بقضية المقاطعة[١٢٢]:

انعكس الاتجاه السائد من قبل وسائل الإعلام تجاه المقاطعـــة علـــى اتجاهـــات الجمهور العام حيالها حيث نجد أن ٥١,٢% من أفراد العينة اتجاههم شديد الإيجابيـــة

نحو المقاطعة فى مقابل ٢٧,٥% اتجاههم أقل إيجابية نحو المقاطعـــة أى أن الاتجـاه العام للجمهور يغلب عليه التأييد للمقاطعة مما يبرز تأثير وسائل الإعلام ومدى انقســام الصفوة أو اتفاقهم على اتجاهات الجمهور.

جـ- نتائج اختبارات الفروض:

***اختبار الفرض الأول*:**

اختبار الفرض الأول (أ) :

توجد علاقة ارتباطية بين متغير حجم التعــرض لوســائل الإعــلام (صحافــة وتليفزيون) ومتغير شدة الاتجاه الإيجابى نحو قضية المقاطعة.

اتضح عدم وجود علاقة بين متغير حجم التعرض لوسائل الإعـــلام (صحافــة وتليفزيون) ومتغير شدة الاتجاه الإيجابى نحو المقاطعة حيث إن قيمة كـا٢ = ٨,٠٠١، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٠٩٢).

وقد بلغت شدة معامل ارتباط بيرسون -٠,٠٧٩ عند مستوى معنوية أكبر مـــن ٠,٠٥ (٠,١٥١)، ويتضح من ذلك أن العلاقة ضعيفة جداً وغير دالة إحصائياً.

ومن ثم نرفض الفرض الأول (أ).

ويمكن تفسير عدم وجود علاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام والاتجاه نحو قضية المقاطعة فى ضوء الأسباب الآتية:

- إن قضية المقاطعة ليست بالقضية الجديدة حيث بدأت عـــام ١٩٥١ بقــرار مــن جامعة الدول العربية، وقد تم إنشاء مكتب لمقاطعة إسرائيل ومقره دمشق، وعــادة ما تثار قضية المقاطعة فى وسائل الإعلام عندما تزداد حدة الصراع مع إسرائيل، وبالتالى فإن تأثير وسائل الإعلام يكون أقل فى مثل هذه القضايا مقارنة بالقضايـــا الجديدة التى تثار للمرة الأولى (مثل: قانون التعريفة الجمركية الجديدة).
- لعب الاتصال الشخصى دوراً كبيراً فى تشكيل اتجاهات أفـــراد الجمـــهور نحـــو قضية المقاطعة، حيث كان يتم توزيع قوائم سوداء على المنازل فى كافة أنحــــاء الجمهورية، وتتضمن هذه القوائم أسماء الشركات التى تساند الصهيونية، وتطــالب بمقاطعة بضائعها.

- بالنسبة لكل وسيلة كانت توجد نسبة من الرسائل المعارضـــــة بجـــانب الرســـائل المؤيدة، فعلى سبيل المثال: كانت نسبة الرسائل المؤيدة فى التليفزيون ٦٠% فـــى مقابل ٤٠% مابين رسائل معارضة ومحايدة وغير واضحة الاتجــــاه، وبالنســـبة لجريدة الأهرام كانت ٧٣,٩% من الرسائل مؤيدة فى مقابل ١٤.٥% من الرسائل معارضة، و ٨,٧% مؤيدة بتحفظ، و ٢,٩% غير واضحة الاتجاه، وفـــى مجلـــة روزاليوسف كان يوجد شبه انقسام مابين التأييد بنسبة ٤٠% والمعارضة بنســـبة ٦٠%.
- تتفق هذه النتيجة مع ما أشار إليه زيللر من أن البيئة المعلوماتية متعددة الرســـائل والاتجاهات تنخفض قدرتها التأثيرية مقارنة بالبيئة المعلوماتية أحادية الاتجـــاه، أى أن سعى وسائل الإعلام للوفاء ببعض متطلبات التغطية الموضوعية أضعف مـــن قدرتها التأثيرية[١٢٣].

اختبار الفرض الأول (ب):

توجد علاقة ارتباطية بين متغير حجم التعرض للتليفزيون ومتغير شدة الاتجـــاه الإيجابى نحو قضية المقاطعة.

اتضح عدم وجود علاقة بين متغير حجم التعرض للتليفزيـــون ومتغـــير شـــدة الاتجاه حيث إن قيمة كا٢= ١,٣٧٠، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٨٤٩)، وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغـــيرين ٠,٠٧٣ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,١٨٠).

ومن ثم نرفض الفرض الأول (ب).

ويمكن تفسير هذه النتيجة فى ضوء ما تم ذكره فى الفرض الأول (أ).

اختبار الفرض الأول (ج):

توجد علاقة ارتباطية بين متغير حجم التعرض للصحافة ومتغير شدة الاتجـــاه الإيجابى نحو قضية المقاطعة.

اتضح وجود علاقة بين متغير حجم التعرض للصحف ومتغـــير شـــدة الاتجـــاه الإيجابى حيث إن قيمة كا٢= ١٢,٨٢٦، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنويـــة

أقل من ٠,٠٥ (٠,٠١٢)، ولمعرفة شدة العلاقة بين المتغيرين تم حساب معامل التوافق الذى بلغت شدته ٠,٢٠ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠١٢).

وبحساب معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين بلغت شدة العلاقــة ٠,٢٠ عنـد مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١).

ولمعرفة مدى معنوية الفروق بين منخفضى وكثيفى التعرض للصحافـــة مـن حيث متوسطات شدة الاتجاه الإيجابى نحو قضية المقاطعة، تم إجراء اختبار (ت) الذى أظهرت نتائجه أن هناك فروقاً دالة إحصائياً بين متوسطات شدة الاتجاه لدى منخفضـى التعرض للصحافة (٦٦,٢٢) وكثيفى التعرض للصحافة (٦١,٤٦) حيث إن قيمـة (ت) = ٢,٨٥٢، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل مـن ٠,٠٥ (٠,٠٠٥) أى أن هناك علاقة ارتباطية عكسية بين متغير حجم التعرض للصحافـة ومتغـير شـدة الاتجاه نحو قضية المقاطعة.

ومن ثم نقبل الفرض الأول (ج).

ويلاحظ أن كثيفى التعرض للصحف اتجاههم أقل إيجابية نحو المقاطعة مقارنـة بمنخفضى التعرض للصحف، ويرجع ذلك إلى أن معظمهم يعتمدون علـى الصحافـة القومية وليست الصحافة المعارضة، والصحافة القومية أقـل تـأييداً للمقاطعـة مـن الصحافة المعارضة التى اعتمد عليها ٥,٤% فقط من مفردات العينة.

ويمكن تفسير تلك النتيجة فى ضوء نموذج "التلقى – القبول – العينـة"، وذلـك على النحو الآتى:

- إذا افترضنا أن الأكثر تعرضاً للمضامين السياسية والاقتصادية فى الصحافة أكـثر وعياً سياسياً، فإن هؤلاء الأفراد يزداد تعرضهم للرسائل المضادة، كمـا تـزداد قدرتهم على تفنيد ومقاومة الرسائل المسيطرة[١٢٤]، وقد يتغير اتجاههم فى ناحيـة الرسائل المضادة (المعارضة للمقاطعة) إذا كانت هذه الرسائل قد اكتسـبت مـع الوقت كثافة نسبية[١٢٥]، أى أنهم تحدث لـهم مـا يسـمى بالمقاومـة المضـادة Countervalent Resistance وهى تلك التى تحدث إذا استوعب الأفراد رسـائل مضادة خلال فترة تغيير الاتجاه وتأثروا بها[١٢٦].

اختبار الفرض الثاني:

يؤثر متغير مستوى الوعى السياسى على شدة العلاقة بين متغير حجم التعـوض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) ومتغير شـدة الاتجـاه الإيجـابى نحـو قضيـة المقاطعة.

تم حساب معامل الارتباط الجزئى بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه فـى حالة ضبط متغير الوعى السياسى، وقد بلغت قيمة المعـامل -٠,٠١٤ عنـد مسـتوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٨٠٣). وبعد ذلك تم حساب معامل الارتباط المتعـدد بيـن متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه فى حالة وجود متغير مستوى الوعى السياسى، وقـد بلغت قيمة معامل الارتباط ٠,١٤ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٤).

وبمقارنة قيمة معامل الارتباط الجزئى بقيمة معامل الارتباط المتعـدد نجـد أن دخول المتغير الوسيط زاد من شدة العلاقة وحولها من علاقة غير دالة إحصائياً إلـى علاقة دالة إحصائياً.

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين متغير مسـتوى الوعـى السياسـى ومتغير شدة الاتجاه -٠,١٤ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠١١).

ولمعرفة مدى معنوية الفروق بين الأدنى والأعلى فى مستوى الوعى السياسـى من حيث متوسطات شدة الاتجاه الإيجابى، تم إجراء اختبار (ت) الذى أظهرت نتائجـه وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات شدة الاتجاه لدى كل من منخفضى مسـتوى الوعى السياسى (٦٤,٦) ومرتفعى مستوى الوعى السياسى (٦١,٩) حيـث إن قيمـة (ت) = ٢,٠٦، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل مـن ٠,٠٥ (٠,٠٤١)، مما يعنى أن هناك علاقة عكسية بين مستوى الوعى السياسى وشدة الاتجاه.

ومن ثم نقبل الفرض الثانى.

ويمكن للباحثة تفسير هذه النتيجة فى ضوء أن الأفراد الأكـثر وعيـاً سياسـياً يحتمل بدرجة أكبر أن يكونوا قد تعرضوا فى فترات سابقة لرسائل إعلاميـة تتنـاول قضية المقاطعة، أى أن الموضوع بالنسبة لهم قد لا يكون جديداً مما يجعل اتجاهاتـهم تتسم بدرجة أكبر من الثبات، وهذا هو التفسير ذاته الذى قدمه فينكل (٢٠٠٠) Finkel

لتأثير متغير الوعى السياسى فى الدراسة التى أجراها فى جمهوريـــة الدومينيـك[١٢٧] Dominican Republic، كذلك فإن الأفراد الأكثر وعياً سياســياً يقــاومون الرســائل السائدة لأنهم يتعرضون لمعلومات متنوعة مما يمكنهم من مجادلة تلك الرسائل الســائدة فى وسائل الإعلام، كما أنهم يمتلكون مخزوناً كبيراً من الاعتبارات Considerations، وبالتالى فإن قبول أية رسالة جديدة يتأثر بتلك الاعتبارات المختزنة من قبل، وهو مـــا يعرف بالمقاومة الذاتية Inertail Resistance[١٢٨].

اختبار الفرض الثالث:

يؤثر مستوى مألوفية القضية على شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو قضية المقاطعة.

للتعرف على شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه الإيجابى فـــى حالة ضبط متغير مستوى مألوفية القضية، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى الـــذى بلغت شدته -٠,٠٥٧ عند مستوى معنوية أكـــبر مـــن ٠,٠٥ (٠,٢٩٩)، وبمقارنتـــه بمعامل الارتباط المتعدد بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه فى وجـــود المتغـــير الوسيط الذى بلغت شدته ٠,٠٩٦ عند مســـتوى معنويـــة أكـــبر مـــن ٠,٠٥ (٠,٢٩)، وبمقارنته بمعامل الارتباط المتعدد بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه فى وجـــود المتغير الوسيط الذى بلغت شدته ٠,٠٩٦ عنـــد مســـتوى معنويـــة أكـــبر مـــن ٠,٠٥ (٠,٢١٨) نجد أن العلاقة ضعيفة جداً وغير دالة إحصائياً فى الحالتين ممـــا يثبـــت أن دخول المتغير الوسيط (مألوفية القضية) على العلاقة لم يؤثر عليها، ويؤكد ذلك أيضـــاً أن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين متغير مستوى مألوفية القضية وشدة الاتجاه بلغـــت -٠,٠٧٧ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,١٦٠) أى أنه لا توجد علاقـــة بيـــن المتغيرين.

ومن ثم نرفض الفرض الثالث.

ويمكن إرجاع تلك النتيجة إلى ارتفاع مستوى مألوفية قضية المقاطعة بالنســـبة لمعظم مفردات العينة حيث إن ٩٢,٢% منهم لديهم مستوى متوسط إلى مرتفـــع مـــن المألوفية، وبالتالى لم يكن هذا المتغير الوسيط عاملاً حاسماً فى تحديد مستوى التـــأثر

برسائل وسائل الإعلام بخصوص القضية.

اختبار الفرض الرابع:

يؤثر مستوى الانغماس (الارتباط الشخصى بالقضية) على شدة العلاقـــة بيـــن متغير حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحـــو قضية المقاطعة.

للتعرف على شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه نحـــو قضيـــة المقاطعة مع ضبط متغير الانغماس، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى الذى بلغـــت قيمته -٠,٠٠٢ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٦٨٦)، وقد بلغت قيمة معـــامل الارتباط المتعدد ٠,٥٨ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١)، مما يعنى قـــوة العلاقة بين متغير مستوى الانغماس وشدة الاتجاه الإيجابى نحو قضية المقاطعة مـــن منظور الدراسات الإنسانية، ويلاحظ أن العلاقة عكسية، فكلما ارتفع مستوى الانغمـــاس انخفضت شدة الاتجاه الإيجابى.

وللتعرف على ما إذا كانت هناك فروق معنويـــة بيـــن منخفضـــى ومرتفعـــى الانغماس من حيث متوسطات شدة الاتجاه، تم إجراء اختبار (ت) الذى أظهرت نتائجـــه أن هناك فروقاً معنوية بين المتوسطات لدى كل مـــن منخفضـــى الانغمـــاس (٦٤,٧) ومرتفعى الانغماس (٥٠,٨)، حيث بلغت قيمة (ت) ١٠,٦٢، وهى دالة إحصائياً عنـــد مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١) أى أن هناك علاقة عكسية بيـــن مســـتوى الانغماس وإيجابية الاتجاه نحو المقاطعة.

ومن ثم نقبل الفرض الرابع.

ويمكن تفسير تلك النتيجة فى ضوء أن الأفراد الأكثر انغماساً وارتباطاً شـــخصياً – وهم العاملون فى الجهات الأجنبية فى مصر سواء كـــانت مصـــانع أو شـــركات أو مطاعم – هم الأكثر تضرراً من تطبيق المقاطعة، ولذلك فإنهم كـــانوا أكـــثر مقاومـــة للرسائل الإعلامية المؤيدة للمقاطعة والتى كانت سائدة فـــى وسـائل الإعـــلام لأنـــها تتعارض مع مصالحهم الشخصية.

اختبار الفرض الخامس:

تؤثر درجة إعمال العقل على شدة العلاقة الارتباطية بين متغير حجم التعـرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) ومتغير شــدة الاتجـاه الإيجــابى نحـو قضيـة المقاطعة.

للتعرف على شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه فى حالة ضبط المتغير الوسيط، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى الذى بلغت شـــدته -٠,٠٨ عنـد مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,١٤٤)، وللتعرف على شدة العلاقـــة بعـد دخـول متغير درجة إعمال العقل، تم استخدام معامل الارتباط المتعدد والـــذى بلغـت شـدته ٠,٠٨ عند مستوى معنوية أكبر مــن ٠,٠٥ (٠,٣٤٤)، ويلاحـظ أن قيمـة معــاملى الارتباط متساوية فى الحالتين، كما أنها علاقة ضعيفة جداً وغير دالة إحصائيـــاً أى أن دخول المتغير الوسيط على العلاقة لم يؤثر عليها.

ويؤكد هذه النتيجة قيمة معامل ارتباط بيرسون بين متغير درجة إعمال العقـــل ومتغير درجة إعمال العقل ومتغير شدة الاتجاه إذ بلغت -٠,٠٢ عند مستوى معنويـــة أكبر من ٠,٠٥ (٠,٩٦)، مما يؤكد عدم وجود علاقة بين المتغيرين.

وبذلك نرفض الفرض الخامس.

ويمكن إرجاع تلك النتيجة إلى أن قضية المقاطعة وإن كانت تهم غالبية أفـــراد المجتمع إلا أنها لا تؤثر بصورة مباشرة إلا على نسبة محدودة، ولذلك فـــإن ٦٩,٢% من مفردات العينة لديهم مستوى منخفض من الانغماس، وبالتالى ينخفـــض مســتوى دافعيتهم لإعمال العقل فى الرسائل التى يتعرضون لها، مما يترتب عليــــه أن متغـير درجة إعمال العقل لم يكن متغيراً حاسماً فى تحديد مستوى التأثر بالرسائل الإعلامية.

اختبار الفرض السادس:

اختبار الفرض السادس (أ):

يؤثر مستوى الحاجة للمعرفة على شدة العلاقة بين حجـــم التعــرض لوســائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو قضية المقاطعة.

للتعرف على شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه فى حالة ضبط

المتغير الوسيط، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى الذى بلغت قيمته -٠,٠٨٢ عنـــد مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,١٤)، وقد بلغت قيمة معـــامل الارتبـــاط المتعـــدد ٠,٠٨٦ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٣٣)، ويلاحـــظ أن قيمـــة المعـــاملين ضعيفة جداً وغير دالة إحصائياً، مما يوضح عدم وجود تأثير للمتغير الوســـيط علـــى العلاقة بين متغير حجم التعرض ومتغير شدة الاتجاه.

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين متغير مســـتوى الحاجـــة للمعرفـــة ومتغير شدة الاتجاه ٠,٠٢٦ عند مستوى معنوية أكبر مـــن ٠,٠٥ (٠,٦٣) أى أنـــه لا توجد علاقة بين المتغيرين.

ومن ثم نرفض الفرض السادس (أ).

اختبار الفرض السادس (ب):

يؤثر مستوى الميل للجدال على شدة العلاقة الارتباطيـــة بيـــن متغـــير حجـــم التعرض ومتغير شدة الاتجاه الإيجابى نحو قضية المقاطعة.

للتعرف على مدى شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه فى حالـــة ضبط المتغير الوسيط، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى الذى بلغت قيمتـــه -٠,٠٧٨ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,١٠)، وعند إدخال المتغير الوسيط على العلاقة كانت قيمة معامل الارتباط المتعدد ٠,٠٨٢ عند مستوى معنويـــة أكـــبر مـــن ٠,٠٥ (٠,٣٣١) مما يوضح عدم وجود علاقة فى الحالتين حيث إن قيمة معـــاملى الارتبـــاط ضعيفة جداً وغير دالة إحصائياً، كما يوضح عدم وجود تأثير للمتغير الوســـيط علـــى شدة العلاقة.

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مستوى الميل للجدال وشدة الاتجـــاه ٠,٠٢٤ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٦٧) مما يؤكد عدم وجود علاقة.

ومن ثم نرفض الفرض السادس (ب).

ويمكن إرجاع تلك النتيجة إلى أن قضية المقاطعة كانت قضية اتجاه سائد حيـــث كانت تميل معظم الوسائل الإعلامية إلى تأييد المقاطعة - من حيث المبـــدأ - وكذلـــك كان معظم أفراد الجمهور، ولذلك فإن مستوى الميل للجدال لم يكن عاملاً حاسماً فـــى

تحديد مدى التأثر بالرسائل الإعلامية التى تناولت القضية.

اختبار الفرض السادس (ج):

يؤثر مستوى السلطوية على شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض ومتغير شــدة الاتجاه الإيجابى نحو قضية المقاطعة.

للتعرف على شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض ومتغير شدة الاتجاه فى حالة ضبط تأثير المتغير الوسيط، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى الذى بلغت شــدته – ٠،٠٨٧ عند مستوى معنوية أكبر من ٠،٠٥ (٠،١١)، وللتعرف على شدة العلاقة بيــن متغير حجم التعرض ومتغير شدة الاتجاه عند إدخال المتغير الوســيط، تــم إســتخدام معامل الارتباط المتعدد الذى بلغت قيمته ٠،٠٨٧ عند مستوى معنوية أكبر مــن ٠،٠٥ (٠،٢٨)، ويتضح مما سبق تساوى قيمة المعاملين، وهى قيمة ضعيفة جــداً، كمــا أن العلاقة غير دالة إحصائياً أى أنه لا يوجد تأثير للمتغير الوسيط على العلاقة بين حجــم التعرض وشدة الاتجاه.

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مستوى السلطوية وشــدة الاتجــاه – ٠،٠٠٧ عند مستوى معنوية أكبر من ٠،٠٥ (٠،٨٩) مما يؤكد عدم وجود علاقة بيــن المتغيرين.

ومن ثم نرفض الفرض السادس (ج).

اختبار الفرض السادس (د):

يؤثر مستوى تقدير الذات على شدة العلاقة بين متغير حجم التعــرض لوســائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو قضية المقاطعة.

للتعرف على شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض ومتغير شدة الاتجاه فى حالة ضبط مستوى تقدير الذات، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى الذى بلغــت قيمتــه – ٠،٠٨٤ عند مستوى معنوية أكبر من ٠،٠٥ (٠،١٢٤)، وقــد بلغــت قيمــة معــامل الارتباط المتعدد ٠،٠٨٧ عند مستوى معنوية أكبر مــن ٠،٠٥ (٠،٢٨٤)، وبمقارنــة قيمة المعاملين نجد أن دخول المتغير الوسيط على العلاقة لم يؤثر عليــها بــل ظلــت ضعيفة جداً وغير دالة إحصائياً.

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مستوى تقدير الذات وشدة الاتجـــاه – ٠،٠٢١ عند مستوى معنوية أكبر من ٠،٠٥ (٠،٦٦٩).

ومن ثم نرفض الفرض السادس (د).

اختبار الفرض السابع:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين الذين يعتمدون على كل وســـيلة من حيث شدة الاتجاه نحو المقاطعة.

لاختبار هذا الفرض، تم استخدام تحليل التباين فى اتجاه واحـــد ONE-WAY ANOVA لمعرفة مدى التباين فى متوسط شدة الاتجاه بين مجموعات المعتمدين علــى التليفزيون، والمعتمدين على الصحافة القومية، والمعتمدين على الصحافة المعارضـــة، والمعتمدين على الاتصال الشخصى، وقد أظهرت نتائج التحليل وجود تباين ذى دلالـــة إحصائية بين الأفراد المعتمدين على الوسائل المختلفة من حيث متوسطات شدة الاتجـاه نحو المقاطعة حيث إن قيمة (ف) = ٤،٧٥٧، وهى قيمة دالة إحصائياً عنـــد مســـتوى معنوية أقل من ٠،٠٥ (٠،٠٠٠١).

ولتحديد مصدر التباين، تم حساب متوسط شدة الاتجاه نحو قضيـــة المقاطعـــة، وحساب الفروق ذات الدلالة بين المجموعات، وذلك من خلال اختبار توكـــى Tukey، وهو ما يتضح فى الجدول التالى:

جدول رقم (١١)

اختبار توكى Tukey لتحديد مصدر التباين بين المجموعات فى متوسطات شدة الاتجاه نحو المقاطعة

مصدر التباين	التليفزيون المصرى	الصحافة القومية	الصحافة المعارضة	الإذاعات الأجنبية	القنوات الفضائية	الاتصال الشخصى	متوسطات شدة الاتجاه
التليفزيون المصرى					•		٦١,٨١
الصحافة القومية			•		•		٦٠,٦٩
الصحافة المعارضة		•					٦٨,٢٢
الإذاعات الأجنبية							٦٢,١٤
القنوات الفضائية	•	•				•	٦٨,٥٢
الاتصال الشخصى					•		٦٢,٩٨

(*) تشير هذه العلامة إلى الاختلاف الدالى بين المجموعات.

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود تباين بين متوسط شـــدة الاتجـــاه نحـــو المقاطعة لدى المبحوثين المعتمدين على القنـــوات الفضائيـــة (٦٨,٥٢) مـــن ناحيـــة، والمعتمدين على كل من التليفزيون المصرى والصحافة القومية والاتصال الشـــخصى من ناحية أخرى حيث بلغت متوسطات شدة الاتجاه لديـــهم ٦١,٨١، ٦٠,٦٩، ٦٢,٩٨ على التوالى، أى أن المعتمدين على القنوات الفضائية كان اتجاههم أكثر إيجابية نحـــو المقاطعة مقارنة بالمعتمدين على الصحافة القومية والتليفزيون المصـــرى والاتصـــال الشخصى، كما يتضح من الجدول أيضاً أن هناك تبايناً بين الأفراد المعتمديـــن علـــى الصحافة القومية (٦٠,٦٩) والمعتمدين على الصحافة المعارضة (٦٨,٢٢) فالمجموعة الثانية أكثر تأييداً للمقاطعة من المجموعة الأولى.

ومن ثم نقبل الفرض السابع.

ويتضح من هذه النتيجة أن اتجاهات المبحوثين نحو قضية المقاطعة كانت متفقـة

مع اتجاهات الوسائل التى اعتمدوا عليها، فعلى سبيل المثال نجد أن المعتمديـــن علـــى الصحافة المعارضة أكثر تأييداً للمقاطعة من المعتمدين على الصحافة القومية حيـث إن الصحافة المعارضة عادة ما تكون أكثر تشدداً فى مواقفها من الصحافة القومية.

اختبار الفرض الثامن:

تؤثر الفئة التى ينتمى إليها المبحوث على شدة العلاقة بيـــن حجـم التعـرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو قضية المقاطعة.

للتعرف على مدى شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض لوسائل الإعلام وشــدة الاتجاه نحو المقاطعة مع ضبط متغير الفئة التى ينتمى إليها المبحوث، تـــم اســتخدام معامل الارتباط الجزئى الذى بلغت قيمته -٠,٠٨٢ عند مستوى معنويـــة أكـبر مـــن ٠,٠٥ (٠,١٣١)، وللتعرف على مدى شدة العلاقة بعد إدخال المتغـــير الوســيط تــم استخدام معامل الارتباط المتعدد الذى بلغت قيمته ٠.٤٦ عند مستوى معنوية أقل مـــن ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١)، وبمقارنة قيمة المعاملين نجد أن دخول المتغير الوســيط زاد مــن شدة العلاقة بدرجة كبيرة كما حولها من علاقة غير دالة إحصائياً إلـــى علاقــة دالــة إحصائياً مما يوضح قوة تأثير هذا المتغير على العلاقة.

وللتعرف على مدى التباين بين المجموعات المختلفة من حيث متوسطات شـــدة الاتجاه، تم إجراء تحليل تبـــاين فـــى اتجـــاه واحـــد ONE-WAY ANOVA بيـــن المجموعات، والذى أظهرت نتائجه وجود تباين بين المجموعات من حيث شدة الاتجــاه حيث إن قيمة (ف) = ٦١,٦٩، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل مـــن ٠,٠١ (٠,٠٠٠١).

وللتعرف على مصدر التباين، تم إجراء إختبار توكـــى Tukey الـــذى تظـــهر نتائجه فى الجدول الآتى:

جدول رقم (١٢)

اختبار توكى Tukey لتحديد مصدر التباين بين المجموعات فى متوسطات شدة الاتجاه

مصدر التباين	جمهور عام	عاملون بالمصانع والمطاعم الوطنية	عاملون بالمصانع والمطاعم الأجنبية	متوسطات شدة الاتجاه
جمهور عام			•	٦٤,٨٨
عاملون بالمصانع والمطاعم الوطنية			•	٦٢,٢
عاملون بالمصانع والمطاعم الأجنبية	•	•		٤٩,١٩

• تشير إلى الاختلاف الدلالى بين المجموعات.

يتضح من بيانات الجدول السابق أن هناك تبايناً بين كل مـــن الجمـــهور العـــام والعاملين فى جهات وطنية من ناحية، والعاملين فى الجهات الأجنبية من جهة أخـــرى، ويظهر ذلك فى الفارق الكبير بين المتوسطات حيث إن متوسط شـــــدة الاتجـــاه لـــدى الجمهور العام كان ٦٤,٨٨ ولدى العاملين بالجهات الوطنية كان ٦٢,٢% بينما لـــدى العاملين بالجهات الأجنبية كان ٤٩,١٩٥.

ومن ثم نقبل الفرض الثامن.

وترجع تلك النتيجة إلى أن الفئة التى ينتمى إليها الفرد تحدد النتائج التى ســتعود عليه من تطبيق المقاطعة، فعلى سبيل المثال نجد أن العاملين بالجهات الأجنبيـــة مثـــل المطاعم والمصانع هم أكثر الفئات تضرراً، ولذلك كانوا الأكثر معارضة للمقاطعة.

اختبار الفرض التاسع:

اختبار الفرض التاسع (أ):

يؤثر مستوى التعليم على شدة العلاقة بين حجـــم التعـــرض لوســـائل الإعـــلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو قضية المقاطعة.

للتعرف على مدى شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه مع ضبط المتغير الوسيط (مستوى التعليم)، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى الذى بلغت قيمتـــه

-٠,٠١٦عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٦٣)، وللتعرف علـــى مـــدى شـــدة العلاقة بين حجم التعرض وشدة الاتجاه عند دخول المتغير الوسيط فى العلاقـــة، تـــم استخدام معامل الارتباط المتعدد الذى بلغت قيمته ٠,١٢ عند مستوى معنوية أكبر مـــن ٠,٠٥ (٠,١٠) وبمقارنة قيمة المعاملين نجد أن دخول المتغير الوسيط لم يؤثر علـــى العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع، فهو وإن كان قد زاد من شدة العلاقـــة إلا أنها ظلت علاقة ضعيفة وغير دالة إحصائياً.

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين متغير مستوى التعليم وشدة الاتجاه - ٠,١١٤ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٣٧) أى أن هناك علاقـــة ارتباطيـــة عكسية بين المتغيرين، ولكنها ضعيفة.

ومن ثم نرفض الفرض التاسع (أ).

اختبار الفرض التاسع (ب):

تؤثر الفئة العمرية على شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض لوسائل الإعـــلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو قضية المقاطعة.

للتعرف على مدى شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه فى حالـــة ضبط متغير الفئة العمرية، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى الذى بلغـــت قيمتـــه - ٠,٠٨٢ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,١٣)، وللتعرف على مدى شدة العلاقة بعد إدخال المتغير الوسيط تم حساب معامل الارتباط المتعدد الذى بلغت قوتـــه ٠,١٠ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,١٧)، وبمقارنة قيمة المعاملين نجد أن العلاقـــة ضعيفة جداً وغير دالة إحصائياً فى الحالتين، أى أن دخول المتغير الوسيط لـــم يؤثـــر على قوة العلاقة أو يحولها إلى علاقة دالة إحصائياً.

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين الفئة العمرية وشدة الاتجـاه -٠,٠٦٣ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٢٥) أى أنه لا توجد علاقة بين المتغيرين.

ومن ثم نرفض الفرض التاسع (ب).

ويمكن تفسير تلك النتيجة بأن قضية المقاطعـــة لا ترتبـــط بفئـــة عمريـــة دون الأخرى، وإنما هى قضية سياسية أيديولوجية شغلت الشباب، وخاصة شباب الجامعـات

الذى خرج فى مظاهرات مطالباً بالمقاطعة، كما شغلت كبار السن، وحتى أطفال المدارس شاركوا فى عملية المقاطعة، ولذلك فإن الفئة العمرية لم تكن عاملاً حاسماً فى تحديد مدى الاهتمام بالقضية، أو مدى التأثر بالتغطية الإعلامية الخاصة بها.

اختبار الفرض التاسع (ج):

يؤثر متغير النوع على شدة العلاقة الارتباطية بين متغير حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) ومتغير شدة الاتجاه نحو قضية المقاطعة.

للتعرف على مدى شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض ومتغير شدة الاتجاه فى حالة ضبط متغير النوع، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى الذى بلغت قيمته – ٠,١٤ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٨)، وللتعرف على مدى شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه عند دخول المتغير الوسيط (النوع) على العلاقة، تم استخدام معامل الارتباط المتعدد الذى بلغت قيمته ٠,٢١ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠١)، وبمقارنة قيمة المعاملين نجد أن دخول المتغير الوسيط على العلاقة زاد من شدتها، مما يوضح أن له تأثيراً على شدة العلاقة.

وللتعرف على مدى معنوية الفروق بين الذكور والإناث من حيث متوسطات شدة الاتجاه، تم إجراء اختبار (ت) الذى أظهرت نتائجه أن هناك فروقاً معنوية بين متوسطات شدة الاتجاه لدى كل من الذكور (٦١,٥) والإناث (٦٤,٦) لصالح الإناث حيث إن قيمة (ت) = –٢,٨٩ وهى دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٤)، أى أن هناك علاقة بين متغير النوع وشدة الاتجاه نحو المقاطعة.

ومن ثم نقبل الفرض التاسع (ج).

وترجع تلك النتيجة إلى أن الذكور كانوا أكثر انغماساً فى قضية المقاطعة لأن بعضهم يعمل فى جهات أجنبية ستلحق بها أضرار كثيرة نتيجة للمقاطعة، ولذلك كان الذكور أقل تأثراً بالتغطية الإعلامية التى يغلب عليها تأييد المقاطعة، وبالتالى كانت اتجاهاتهم أقل إيجابية نحو القضية مقارنة بالإناث، أى أن الإناث كن أكثر تأثراً بالتغطية المؤيدة للمقاطعة.

الخلاصـــة :-

يمكن من خلال النتائج التى تم التوصل إليها من خلال اختبارات الفروض فـــى التطبيقين، تقسيم المتغيرات الوسيطة إلى ثلاث فئات على النحو التالى:

أ- متغيرات قوية التأثير:

وهى تلك المتيغرات التى ثبت تأثيرها فى التطبيقين على شدة العلاقة بين حجـــم التعرض والاتجاه سواء بالإيجاب أو بالسلب، وهى متغيرات مستوى الوعى السياســـى، ومستوى الانغماس فى القضية، والفئة النوعية التى ينتمى إليـــها المبحـــوث، ونـــوع الوسيلة التى يعتمد عليها.

ب- متغيرات متوسطة التأثير:

وهى تلك المتغيرات التى ثبت تأثيرها فى تطبيق، ولم يثبت فى تطبيـــق آخـــر، وهى: مستوى مألوفية القضية (التطبيق الأول)، درجة إعمال العقل (التطبيـــق الأول)، نوع المبحوث (التطبيق الثانى).

ج- متغيرات ضعيفة التأثير:

وهى تلك المتغيرات التى لم يكن لها تأثير فى التطبيقيـــن، وهـــى المتغـــيرات الخاصة بالسمات الشخصية (الحاجة للمعرفة، الميل للجدال، السلطوية، تقدير الـــذات)، ومستوى التعليم والسن والانتماء الحزبى.

ونخلص من نتائج اختبارات الفروض إلى أن طبيعة القضية تعد هـــى المحـــدد الرئيسى لمدى ثبات صحة فروض النموذجين أو عدم ثبات صحتـــها، ولذلـــك ينبغـــى إجراء دراسات مستقبلية على نوعيات مختلفة من القضايا، وفئات مختلفة من الجمـــهور للتحقق من مدى ثبات صحة الفروض عبر التطبيقات المختلفة.

نموذج "التلقى – إعمال العقل – القبول": Reception – Elaboration – Acceptance Model

تقترح الباحثة – بناء على النتائج التى توصلت إليها الدراسة – نموذجاً تكامليـــاً يجمع بين نموذج "التلقى – القبول – العينة" ونموذج "إحتمالية إعمـــال العقـــل"، وهـــو نموذج "التلقى – إعمال العقل – القبـــول" **Reception- Elaboration- Acceptance Model (REA)**، وهو نموذج يستفيد من مزايا النموذجين، ويتلاشى النقاط التى أغفلـــها

كل نموذج، ويمكن أن يكون منطلقاً لدراسات مستقبلية.

وتقوم فكرة النموذج المقترح على حقيقة أن عملية التلقى وعملية إعمال العقل لا يحدثان بشكل متزامن، وإنما بشكل متتابع، ولذلك يمكن تحقيق الربط والتكـــامل بيـــن النموذجين، ويمكن توضيح ذلك فى النقاط التالية:

تمر عملية تشكيل وتغيير الاتجاهات وفقاً لنموذج "التلقـــى – إعمـــال العقـــل – القبول" REA بالمراحل الآتية:

مرحلة التلقى: بما فيها من انتباه وفهم للرسالة، وهى تعد نقطة الارتكــــاز الأساسـية للنموذج، فبدون حدوث انتباه وفهم للرسالة لا يمكن أن ينتقل الفـــرد للمراحـــل التالية فى عملية تشكيل الاتجاه، ولكن مع ملاحظة أن مستويات الفهم متفاوتـــة بين الأفراد حيث يتحكم فى ذلك متغيرات كثيرة، منها: مستوى المعرفة الســـابقة والمستوى التعليمى والإطار الثقافى والسياق الذى تقدم مـــن خلالـــه الرســـالة، وغيرها من المتغيرات.

مرحلة إعمال العقل: وهى المرحلة التالية لعملية التلقى، وفيها يتـــدرج المتلقـــى فـــى مستوى إعماله للعقل فى الرسائل التى تلقاها ما بين اللا إعمال للعقل (الطريـــق الهامشى) والإعمال التام (الطريق المركزى)، مع ملاحظة أن مستوى إعمـــال العقل يرتبط إلى حد كبير بمستوى الفهم الذى حدث فى المرحلة السابقة.

مرحلة القبول (أو الرفض): وفيها يقبل المتلقى (أو يرفض) الرسائل التى تلقاها بنـــاء على النتيجة التى خرج بها من إعمال عقله فى هذه الرسائل، وما تتضمنه مـــن حجج وبراهين ومفاتيح هامشية.

مرحلة تغيير الاتجاه: وهى المرحلة النهائية والمترتبة على مـــدى قبـــول أو رفـــض الرسائل التى تم تلقيها وإعمال العقل فيها[١٢٩].

هوامـش الفصل الرابع :-

(1) Robert S. McWilliams (2000) "The Influence of Heuristic Cues on Juror Decision- Making Using Traditional and 21st Century Legal Communication Research Methods", Doctoral Dissertation, University of Kansas, **Dissertation Abstracts International**, vol. 61, no.12A, p. 4925.

(2) James A. Stimson (1995) "Opinion And Representation", **American Political Science Review,** vol. 89, no.1, p. 182.

(3) Richard Petty & John Cacioppo (1986a) "The Elaboration Likelihood Model of Persuasion" In: Leonard Berkowitz (ed.) **"Advances In Experimental Social Psychology"**, vol.19, (London, Academic Press, Inc.), p. 125.

(4) Kathleen Kelley Reardon (1991) **"Persuasion In Practice"** (London: Sage Publications), p. 68.

(5) Richard Petty & John Cacioppo (1986a), **Op. Cit.**, p. 127.

(6) Daniel O'Keefe (1991) "Persuasion: Theory and Research" 3rd ed. (Calif.: Sage Publications), p. 96.

(7) Prachant Malaviya et al. (1996) "The Effect of Type of Elaboration on Advertisement Processing and Judgment", **Journal of Marketing Research,** vol. XXXIII, p. 410.

(8) Richard Petty & John Cacioppo (1986a), **Op. Cit.**, p. 129.

(9) Michael Miller & Timothy Levine (1996) "Persuasion" In: Michael Salwen & Don W. Stacks (Eds.) "An Integrated Approach to Communication Theory and Research" (New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers), p. 264.

(10) Richard Petty & John Cacioppo (1986a), **Op. Cit.**, p. 125.

(11) Emory Griffin (1994) "A First Look at Communication Theory", 2nd ed. (New York: McGraw-Hill, Inc.), p. 239.

(12) Shelly Chaiken (1980) "Heuristic Versus Systematic Information Processing and the Use of Source Versus Message Cues In Persuasion", **Journal of Personality and Social Psychology**, vol. 39, no.5, pp. 753-754.

(13) Emory Griffin, **Op. Cit.**, pp. 244-245.

(14) Daniel O'Keefe, **Op. Cit.**, pp. 106-107.

(15) Emory Griffin, **Op. Cit.**, p. 239.

(16) Abraham Tesser & David Shaffer (1990) "Attitudes and Attitude Change", **Annual Review of Psychology**, vol. 41, p. 510.

(17) **Ibid**, pp. 510-511.

(18) **Ibid**, p. 507.

(19) Robert Cialdini et al. (1981) "Attitude and Attitude Change", **Annual Review of Psychology**, vol. 32, p. 365.

(20) Abraham Tesser & David Shaffer, **Op. Cit.**, p. 507.

(21) Richard Petty & John Cacioppo (1986a), **Op. Cit.**, p. 127.

(22) **Ibid**, p. 128.

(23) **Ibid**, p. 132.

(24) **Ibid**, p. 138.

(25) **Ibid**, p. 152.

(26) **Ibid**, p. 163.

(27) **Ibid**, p. 175.

(28) **Ibid**, pp. 136-137.

(29) Connie Roser (1990) "Involvement, Attention and Perceptions of Message Relevance In the Response to Persuasive Appeals", **Communication Research**, vol. 17, p. 571.

(30) Richard Petty & John Cacioppo (1986a), **Op. Cit.**, pp. 145-146.

(31) Richard Petty & John Cacioppo (1990), Involvement and Persuasion: Tradition Versus Integration", **Psychological Bulletin**, vol. 107, no.3, p. 368..

(32) Blair T. Johnson (1994) "Effects of Outcome- Relevant Involvement and Prior Information on Persuasion", **Journal of Experimental Social Psychology**, vol. 30, pp. 556-579.

(33) Mohammed Pourslami (1996) "College Students' Candom Use Intention: Persuasion Through The Theory of Reasoned Action and Elaboration Likelihood Model", Doctoral Dissertation, The University of Toledo, **Dissertation Abstracts International, vol.** 57, no. 3A, p. 1039.

(34) Michael Tarrant & Christine Overdevest (1997) "The Effect of Persuasive Communication Strategies on Rural Resident Attitudes Toward Ecosystem Management", **Society and Natural Resources,** vol.10, pp. 537-550.

(35) April E. Metzler, David Weiskotten & Keith J. Morgan (2000) "Adolescent HIV Prevention: An Application of The Elaboration Likelihood Model", **Paper Presented at the Annual Conference of the American Psychological Association,** August 4-8/2000, Pennsylvania.

(36) Nancy A. Rader (1994) "Dual Information Processing: Can It Occur When Music is Utilized as a Peripheral Cue in Persuasive Communications ?", Doctoral Dissertation, University of Southern California, **Dissertation Abstracts International,** vol. 56, no. 9B, p. 5226.

(37) Wai-Peng Lee (1997) "The Effects of Cognitive And Affective Inoculation Appeals In Conferring Resistance Against Cognitive and Affective Attacks", Doctoral Dissertation, The University of Wisconsin- Madison, **Dissertation Abstracts International,** vol. 58, No. 10A, p. 3768.

(38) Marion E. Davis (2001) "The Influence of Cultural Styles of Reasoning on Attitudinal and Cognitive Responses to Persuasive Messages", Doctoral Dissertation, University of Michigan, **Dissertation Abstracts International**, vol. 62, no.18, p. 598.

(39) Richard Petty & John Cacioppo (1982), **Op. Cit.**, p. 116.

(40) Angela M. Carter (1998) "Need for Cognition and Interpersenal Influence: Individual Difference In Impact on Group Decisions", Master Dissertation, Queen's University At Kingston (Canada), **Master Abstracts International**, Vol. 37, No.1, p. 382.

(41) Robert J. Weiss (2000) "Implications of the Elaboration Likelihood Model for Automation Monitoring Failure", Doctoral Dissertation, The University of Nebraska, **Disserttation Abstracts International**, vol. 61, No. **48**, p. 2259.

(42) Jennifer D. Greer (1996) "Unleashing the Watchdogs On Political Advertising: The Influence of Need for Cognition, Argument Quality, and Source Credibility on Newspaper Adwatch Effectiveness", Doctoral Dissertation, University of Florida, **Dissertation Abstracts International,** vol. 57, no. 10A, p. 4178.

(43) Steven L. Michaels (1997) "Cognitive and Affective Responses to Humerous Advertisements", Doctoral Dissertation, Wayne State University, **Dissertation Abstracts International,** vol. 58, no.11B, p. 6282.

(44) Paul A. Estin (1998) "Examples In Decision Argumentation (Persuasion)", Doctoral Dissertation, The University of Michigan, **Dissertation Abstracts International,** vol. 59, No. 7B, p. 3724.

(45) Robert S. McWillians (2000) "The Influence of Heuristic Cues on Juror Decision-Making Using Traditional and 21st Century Legal Communication Research Methods", Doctoral Dissertation, University of Kansas, **Dissertation Abstracts International**, vol. 61, No. 12A, p. 4925.

(46) Daniel A. Hrubes (2001) "The Role of Nonverbal Behavior in Persuasion", Doctoral Dissertation, University of Massachusetts Amherst, **Dissertation Abstracts International,** vol. 62, No. 9B, p. 4274.

(47) Ronald O.Bearden (2002) "Hermeneutical Aids to Conclusion Drawing, Polyseny Reduction, and Persuasion with Implications for Homiletic Theory", Doctoral Dissertation, Regent University, **Dissertation Abstracts International**, vol. 63, no. 2A, p. 418.

(48) Bruce A. Landis (1988) "The Effects of Argumentativeness and Issue Involvement on Persuasiveness, Persuasibility, and Group Interaction", Doctoral Dissertation, Kent State University, **Dissertation Abstracts International,** vol. 50, No. 6A, p. 1482.

(49) Dean C. Kazoleas (1992) "The Impact of Argumentativeness and Cynicism on Cognitive Response and Attitude Change", Doctoral Dissertation, Michigan State University, **Dissertation Abstracts International**, vol. 53, no. 7A, p. 2160.

(50) Dean C. Kazoleas (1993) "The Impact of Argumentativeness on Resistance to Persuasion", **Human Communication Research**, vol. 20, no. 1, p. 121.

(51) Barbara J. Leclerc (1997) "Argumentation and Appropriate Resistance to Persuasion", Doctoral Dissertation, State University of New York at Stony Brook, **Dissertation Abstracts International,** vol. 58, no. 9A, p. 3565.

(52) Michael W. Rowley (1997) "Channel and Multiple Sources: An Examination of the Effects of Peripheral Cues On Persuesion", Doctoral Dissertation, The Florida State University, **Dissertation Abstracts International,** vol. 58, no. 60A, p. 2192.

(53) Yasmin Gobal (1996) "Selling In Cyberspace: An Investigation of Modality Effects on Cognitive Processing of Persuasive Communication on the Internet (World Wide WEB)", Doctoral Dissertation, University of Georgia, **Dissertation Abstracts International**, vol. 58, no. 2A, p. 330.

(54) Arnold B. Bakker (1999) "Persuasive Communication About AIDS Prevention: Need for Cognition Determines the Impact of Message Format", **AIDS Education And Prevention,** vol. 11, no. 2, pp. 150-162.

(55) John Zaller (1991) "Information, Values, and Opinion", **American Political Science Review,** Vol. 85, No. 4, pp. 1215-1216.

(56) **Ibid.,** p. 1216.

(57) John Zaller (1992) **"The Nature and Origins of Mass Opinion"** (London: Cambridge University Press), p.58.

(58) Martin Johnson (2001) "The Influence of Contextual Information, Repeated Interaction, and Social Connectedness on Political Behavior" **Unpublished Paper**, Texas, p. 2.

يمكن الحصول على الدراسة بمراسلة الباحث على عنوان البريد الإليكترونى:

Pressley@rice.Edu

(59) Michael Butzer & Lionel Marquitz (2000) "Public Opinion Formation In Swiss Federal Votes", **Paper Presented for the ECPR Joint Session of Workshops: Do Campaigns Matter ?**, 14-19 April 2000, Copenhagen, p.5.

(60) John Zaller (1992), **Op. Cit.,** p. 36.

(61) **Ibid.,** p. 308.

(62) John Zaller (1987) "Diffusion of Political Attitudes", **Journal of Personality and Social Psychology**, vol. 53, No. 5, p. 822.

(63) John Zaller (1992), **Op. Cit.,** p. 308.

(64) **Ibid,** pp. 139-140.

(65) **Ibid,** pp. 118-119.

(66) John Zaller (1991), **Op. Cit.,** p. 1218.

(67) John Zaller & Stanely Feldman (1992a) "A Simple Theory of the Survey Response: Answering Questions Versus Revealing Preferences", **American Journal of Political Science,** vol. 36, no.3, p. 585.

(68) John Zaller (1992), **Op. Cit.,** p. 40.

(69) **Ibid.,** p. 42.

(70) John Zaller (1991), **Op. Cit.,** p. 1216.

(71) Russell J. Dalton, Paul A. Beck & Robert Huckfeldt (1998) "Partisan Cues and the Media: Information Flows in the Presidential Election", **American Political Science Review,** vol. 92, no. 1, p. 113.

(72) John Zaller (1991), **Op. Cit.,** p. 1215.

(73) Robert K. Goidel, Todd G. Shields & Mark Peffley (1997) "Priming Theory and RAS Models: Toward An Integrated Perspective of Media Influence", **American Politics Quarterly,** vol. 25, p. 289.

(74) Russell J. Dalton, Paul A. Beck & Robert Huckfeldt, **Op. Cit.,** p. 124.

(75) Michael Butzer & Lionel Marquitz, **Op. Cit.**, p. 5.

(76) John Zaller (1991), **Op. Cit.**, p. 120.

(77) John Zaller (1992), **Op. Cit.**, p. 210.

(78) **Ibid.**, p. 21.

(79) **Ibid.**, p. 21.

(80) **Ibid.**, p. 17.

(81) **Ibid.**, p. 21.

(82) Michael Butzer & Lionel Marquitz, **Op. Cit.**, p. 4.

(83) Robert K. Goidel, Todd G. Shields & Mark Peffley, **Op. Cit.**, p. 289.

(84) Philip J. Powlick & Andrew Z. Katz (1998) "Defining The American Public Opinion / Foreign Policy Nexus", **International Studies Quarterly,** vol. 42, p. 33.

(85) **Ibid.**, p. 36.

(86) John Zaller (1992), **Op. Cit.**, pp. 8-9.

(87) **Ibid.**, p. 11.

(88) **Ibid.**, p. 20.

(89) **Ibid.**, p. 23.

(90) John Zaller (1994) "Elite Leadership of Mass Opinion: New Evidence From the Gulf War" In: W. Lance Bennett & David L. Paletz (Eds.) **"Taken By Storm: The Media, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy in the Gulf War"** (Chicago and London: The University of Chicago Press), p. 188.

(91) R. Michael Alvarez & John Brehm (1995) "American Ambivalence Towards Abortion Policy: Development of "Heter- Oskedastic Probit Model of Competing Values", **American Journal of Political Science,** vol. 39, no. 4, pp. 1077-1078.

(92) Michael F. Meffert & Peter R. Schrott (1996) "Television News and Political Attitudes: The 1990 German Election", **Paper Presented at the Annual Meeting of the American Political Science Association,** The San Francisco Milton and Towers, August 29- September 1, 1996.

(93) Russell J. Dalton, Paul A. Beck & Robert Huckfeldt, **Op. Cit.**, pp. 111-126.

(94) Michael Butzer & Lionel Marquitz, **Op. Cit.**

(95) Rüdiger Schmitt-Beck (2001) "Mass Communication, Personal Communication and Vote Choice: The Filter Hypothesis of Media Influence in Comparative Perspective", Unpublished Paper.

تم الحصول على هذه الدراسة بالاتصال الشخصى بالباحث على عنوان الــبريد الإليكترونى: **schmitt-beck@zuma-mannheim.de.**

(96) Iheanyi Emmanuel Okoro (1996) "The Role of the U.S. Mass Media in The Political Socialization of Nigerian Immigrants in the United States", Doctoral Dissertation, University of North Texas, **Dissertation Abstracts International**, vol. 57, No. 07A, p. 3231.

(97) StevenE. Finkel (2000) "Can Tolerance be Taught ? Adult Civic Education and the Development of Democratic Values", **Paper Presented at the Conference "Rethinking Democracy in the New Millennium"**, University of Houston, February 16-19, 2000.

(98) Robert K. Goidel, Todd G. Shields & Mark Peffley, **Op. Cit.**, pp. 287-318.

(99) Philip J. Powlick & Andrew Z. Katz, **Op. Cit.**, pp. 29-62.

(100) Michael F. Meffert & Peter R. Schrott, **Op. Cit.**

(101) Robert K. Goidel, Todd G. Shields & Mark Peffley, **Op. Cit.**, pp. 287-318.

(102) Taeku Lee (1998) "Black Insurgency and The Dynamics of Racial Attitudes In The United States, 1956-64", **Paper Presented at the Annual Meeting of the American Political Science Association,** Washington, D.C.

(103) John Zaller (1999) "Perversities in the Ideal of the Informed Citizenry", Paper Presented at Conference on "The Transformation of Civic Life", Middle Tennessee State University, Murfreesboro and Nashville, Tennessee, November 12-13, 1999, Cited at: www.ntsu.edu/~seig/paper-j-zaller.html on 19/4/2001.

(104) Michael Butzer & Lionel Marquitz, **Op. Cit.**

(105) Rüdiger Schmitt- Beck, **Op.Cit.**

(106) Constance Carole Milbourne (1992) "An Application of The Elaboration Likelihood Model: Motivation of Students on the Senior Assessment in General Education, The University of Tennessee, **Dissertation Abstracts International,** vol.53, no. 7A, p. 2161.

(107) Robin L. Nabi (1998) "Reasoning Through Emotion: An Explication and Test of a Cognitive-Functional Model for The Effects of Discrete Negative Emotions on Information Processing, Attitude Change, and Recall", Doctoral Dissertation, University of Pennsylvania, **Dissertation Abstracts International,** vol. 59, no. 4A, p. 996.

(108) R. Michael Alvarez & John Brehm, **Op. Cit.,** pp. 1055-82.

(109) Li Chu Chen (1997) "The Mediating Role of Prior Knowledge and Involvement in The Response to Persuasive Appeals", Doctoral Dissertation, State University of New York, **Dissertation Abstracts International,** vol. 58, no. 78, p. 3938.

(١١٠) قام بإجراء الثبات مع الباحثة كل من د. أيمن منصور نـدا (المـدرس بقسـم الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام)، و أ. إيمان فتحى (الباحثة بقسم العلاقـات العامة والإعلان – بكلية الإعلام).

(١١١) قام بتحكيم الاستمارة الأساتذة الآتية أسماؤهم:

– أساتذة الإعلام: أ.د. محمود يوسف، أ.د. سلوى إمام، د. محمد نبيل طلـب، د. نهلة الحفناوى.

– أساتذة الاقتصاد: أ.د. منى البرادعى، أ.د. عبد الحميد غزالـى، أ.د. محمـد رئيف مسعد، أ.د. سامى السيد.

– أساتذة علم النفس: أ.د. صفوت فرج، أ.د. محمد نجيب الصبوة.

(١١٢) لمزيد من التفاصيل عن نتائج اختبارات الثبـات: شـيماء ذو الفقـار حـامد (٢٠٠٣) "التغطية التليفزيونية والصحفية للقضايا العامة فى مصر وعلاقتـها بتشكيل اتجاهات الرأى العام نحو هذه القضايـا. دراسـة مسـحية"، رسـالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام).

(١١٣) تم اعتبار سن الثامنة عشرة بداية لإطار العينة باعتباره يمثل نهايـــة مرحلـــة الطفولة وفقاً لتعريف اليونسكو وقانون الطفل المصرى.

(١١٤) تم تطبيق الدراسة على ٧٠٠ مفردة بواقع ٣٥٠ مفردة فى كل تطبيق، ولكـــن تم استبعاد الاستمارات الناقصة أو التى وجد بها عدم اتساق فى الإجابات.

(١١٥) الفروق الموجودة بين عدد مفردات العينة داخل كل حى يرجع إلـــى اســـتبعاد بعض الاستمارات غير المكتملة أو التى بها عدم اتساق فى الإجابات، وفـــى التطبيق الثانى يلاحظ زيادة نسبة العينة فى الحى المتوســـط وذلـــك لـــتركز العاملين بالمصانع والمطاعم فى الأحياء المتوسطة.

(١١٦) يلاحظ فى التطبيق الثانى زيادة عدد الذكور عن عدد الإناث، وذلك يرجع إلى أن العاملين بالمصانع والمطاعم التى تم التطبيق فيها كانوا من الذكور.

(١١٧) قام الباحثون الآتية أسماؤهم بمعاونة الباحثة فى ملء الاستمارات مع الجمهور: (الباحثون من خريجى كلية الإعلام).

أ. صلاح فتحى، أ. أحمد الخشاب، أ. ريهام الطيب، أ. دينا عبـــد الســـلام، أ. محمود زكى، أ. محمد فتحى، أ. نسرين عبد العزيز.

(١١٨) لمزيد من التفاصيل حول النتائج العامة للتطبيق الأول: شيماء ذو الفقار حـــامد (٢٠٠٣) **مرجع سابق**، ص ص ٣١٤-٣٥٧.

(119) Philip J. Powlick & Andrew Z. Katz, **Op. Cit.**, pp. 29-62.

(120) Connie Roser (1990) "Involvement, Attention, and Perceptions of Message", **Communication Research,** vol. 17, pp. 571-601.

(١٢١) تم التطبيق على تجار سوق غزة، وهم يعتمدون فى تجارتهم علـــى البضـــائع المستوردة التى يتم تهريبها إلى داخل القاهرة.

(١٢٢) لمزيد من التفاصيل حول النتائج العامة للتطبيق الثانى: شيماء ذو الفقار حـــامد (٢٠٠٣)، **مرجع سابق**، ص ص ٤٣٤-٤٧٥.

(123) Russell J. Dalton, Paul A. Beck & Robert Huckfeldt, **Op. Cit.**, pp. 111-126.

(124) Robert K. Goidel, Todd G. Shields & Mark Peffley, **Op. Cit.**, p. 289.

(125) John Zaller (1992), **Op. Cit.**, p. 120.

(126) **Ibid**, p. 140.

(127) Steven E. Finkel, **Op. Cit.**

(128) John Zaller (1992), **Op. Cit.**, p. 140.

(١٢٩) لمزيد من التفاصيل عما تثيره الدراسة من بحوث مستقبلية، وماتقدمـــه مـــن اقتراحات للمجال الإعلامى التطبيقى: شيماء ذو الفقار حامد (٢٠٠٣) **مرجـــع سابق**، ص ص ٥١٩-٥٢١.

قائمة بأهم مراجع الكتاب

قائمة بأهم مراجع الكتاب

(1) Abraham Tesser & David Shaffer (1990) "Attitudes and Attitude Change", **Annual Review of Psychology,** vol. 41

(2) Albert Gunther & Ang peng Hwa (1996) public perceptions of Television Influence and opinions about censorship in singapore. **International Journal of public opinion Research, vol. 8**

(3) Albert Gunther & paul Mandy (1993) Biased optimism and the third-person Effect. **Journalism Quarterly**. Vol. 70, pp. 2-11.

(4) Albert Gunther (1991) What we think others think: Causes and Consequences in the Third- person Effect. **Communication Research**. Vol. 18. No. 2

(5) Albert Gunther (1995) Overrating the X- Rating: the third-Person perception and Support for censorship of pornography. **Journal of Communication,** vol. 45, No. 2.

(6) April E. Metzler, David Weiskotten & Keith J. Morgan (2000) "Adolescent HIV Prevention: An Application of The Elaboration Likelihood Model", **Paper Presented at the Annual Conference of the American Psychological Association,** August 4-8/2000, Pennsylvania.

(7) Blair T. Johnson (1994) "Effects of Outcome- Relevant Involvement and Prior Information on Persuasion", **Journal of Experimental Social Psychology**, vol. 30, pp. 556-579.

(8) Blais Johnson et al. (1992) **"Letting The People Decide: Dynamics of a Canadian Election"** (Stanford: Stanford University Press)

(9) Breed, Warren & Ktsanes, Thomas (1961), Pluralistic Ignorance In The Process Of Opinion Formation . **Public Opinion Quarterly**, Vol.25, No.3.

(10) Cynthia Hoffner et al (1999) Support for Censorship of Television Violence: The Role of The Third- Person Effect and News Exposure. **Communication Research**. Vol. 26, No. 6

(11) Daniel O'Keefe (1991) **"Persuasion: Theory and Research"** 3rd ed. (Calif.: Sage Publications)

(12) David Domki et al. (1998), "Media Priming Effects: Accessibility, Association and Activation", **International Journal of Public Opinion Research**, vol. 10, no.1

(13) David Roskos-Ewoldsen (1997) "Attitude Accessibility and Persuasion: Review and a Transactive Model", **Communication Yearbook**, 20,

(14) Davison, Philips (1983), The Third – Person Effect in Communication, Public Opinion Quarterly, Vol.47

(15) Dean C. Kazoleas (1993) "The Impact of Argumentativeness on Resistance to Persuasion", **Human Communication Research**, vol. 20, no. 1

(16) Dhavan V. Shah (1999) Susceptibility and Severity: Perceptual Dimensions Underlying the third- person Effect. **Communication Research**. Vol. 26, no. 2

(17) Dianne Rucinski, & Charles Salmon, (1990) The "Other" as The Vulnerable Voter: A study of the third- person Effect in the 1988 U.S. Presidential Campaign. International **Journal of public opinion Research**. Vol. 2

(18) Douglas Mcleod, William Eveland & Amy Nathanson (1997) Support for Censorship of Violent and Misogynic Rap Lyrics: An Analysis of the third person Effect. **Communication Research**, vol. 24 No. 2

(19) Duck, Julia et al (1995), " Me, Us and Them : Political Identification and The Third Person Effect In The 1993 Australian Federal Election . **European Journal of Social Psychology**, Vol.25

(20) Emory Griffin (1994) "**A First Look at Communication Theory**", 2nd ed. (New York: McGraw-Hill, Inc.),

(21) ** Eunkyung Jo & Leonard Berkowitz, (1994) "A Priming Effect Analysis of Media Influences: An Update" In: Dolf Zilmann & Jennings Bryant (Eds.) "**Media Effects Advances In Theory and Research**" (New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates)

(22) Eveland, William et al (1999) " Rethinking The Social Distance Corollary, Perceived Likelihood of Exposure and The-Third Person Perception. **Communication Research**. Vol.26. No.3.

(23) George Edwards II et al., (1995) "Explaining Presidential Approval: The Significance of Issue Salience", **American Journal of Political Science**, vol. 39, no.1

(24) Glynn, G.J. & Ostman, R.E. (1988) public opinion about public opinion. **Journalism Quarterly**, vol. 65.

(25) Gunther, Albert & Chia, Stalla (2001), Predicting Pluralistic Ignorance : The Hostile Media Perception and its Consequnences, **Journalism and Mass Communication Quarterly**, Vol.74, No. 4

(26) Gunther, Albert (1998), " The Persuasive Press Inferenceses Effect Of Mass Media On Perceived Public Opinon, **Communication Research**, Vol.25, No.5

(27) Hans- Bernard Brosius & Dirk Engel (1996) The Causes of Third- person Effects: Unrealistic Optimism, Impersonal Impact, or Generalized Negative Attitudes Towards Media Influence ? **International Journal of public opinion Research**, vol. 8.

(28) Hernando Rojas et al (1996) For the Good of Others: Censorship and the third- person Effect. **International Journal of Public opinion Research**, vol. 8,

(29) Hyes, Andrew et al (2001) " Willings To Express One's Opinion in a Realistic as a function of perceived support for that opinion ", **International Journal Of Public Opinion Research**, Vol.13, No. 1

(30) James A. Stimson (1995) "Opinion And Representation", **American Political Science Review**, vol. 89, no.1

(31) James Tiedge et al (1991) Discrepancy Between perceived First-person and perceived Third- person Mass Media Effects. **Journalism Quarterly**, vol. 86 (spring- summer).

(32) Joan Schleuder et al. (1991) "Inside the Agenda-Setting Process: How Political Advertising and TV News Prime Viewers to Think about Issues and Candidates" In F. Biocca (Ed.) **"Television and Political Advertising"**, vol.1 (New Jersey: Erlbaum

(33) Joanne Miller & Jon Krosnick (1997) "Anatomy of News Media Priming" in Shanto Iyengar & Richard Reeves (Eds.), **"Do The Media Govern ?: Politicians, Voters and Reporters In America"**. (Calif.: SAGe Publications),

(34) John Chapin (2000) Third- person perception and Optimistic Bias Among urban Minority at- Risk youth. **Communication Research**, vol. 27 no. 1

(35) John Zaller & Stanely Feldman (1992) "A Simple Theory of the Survey Response: Answering Questions Versus Revealing Preferences", **American Journal of Political Science**, vol. 36, no.3

(36) John Zaller (1991) "Information, Values, and Opinion", **American Political Science Review**, Vol. 85, No. 4,

(37) John Zaller (1992) **"The Nature and Origins of Mass Opinion"** (London: Cambridge University Press),

(38) John Zaller (1994) "Elite Leadership of Mass Opinion: New Evidence From the Gulf War" In: W. Lance Bennett & David L. Paletz (Eds.) **"Taken By Storm: The Media, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy in the Gulf War"** (Chicago and London: The University of Chicago Press),

(39) John Zaller (1999) "Perversities in the Ideal of the Informed Citizenry", Paper Presented at Conference on "The Transformation of Civic Life", Middle Tennessee State University, Murfreesboro and Nashville, Tennessee, November 12-13, 1999, Cited at: www.ntsu.edu/~seig/paper-j-zaller.html on 19/4/2001.

(40) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Impact of the Gulf War on the Ingredients of Presidential Evaluations: Multidimensional Effects of Political Involvement", **American Political Science Review**, vol.87, no.4

(41) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Media and the Foundations of Presidential Support: George Bush and the Persian Gulf Conflict", **Journal of Social Issues**, vol. 49, no. 4,

(42) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Media and the Foundations of Presidential Support: George Bush and the Persian Gulf Conflict", **Journal of Social Issues**, vol.49, no.4,

(43) Julie Duck & Barbara Mullin (1995) The Perceived Impact of the Mass Media: Reconsidering the third person Effect. **European Journal of Social psychology**, vol. 25,

(44) Julie M. Duck, Michael A. Hogg & Beborah J. Terry (1995) Me, Us and them: Political Identification and the third – person Effect in the 1993 Australian federal Election. **European Journal of Social Psychology**, vol. 25,

(45) Kathleen Kelley Reardon (1991) **"Persuasion In Practice"**, (London: Sage Publications),

(46) Katz, Elihu (1995), " **Introduction** : The State of the Art " In : Theodore Glasser & Charles Salmon (EDS), **Public Opinion and the Communication of Consent** . (PP: xxi-xxxiv), New York : Guilford .

(47) Leonard Berkowitz & Karen Rogers (1986) "A Priming Effect Analysis of Media Influence" in: Jennings Bryant & Dolf Zillmann (Eds) **"Perspectives on Media Effect"**, (New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates)

(48) Lisa Henriksen & June Flora (1999) Third- Person perception and Children: prceived Impact of Pro- and Anti- smoking Ads. **Communication Research. Vol. 26, No. 6**

(49) M. Morgan & N. Signorielli (1990) "Cultivation Analysis Conceptualization and Methodology" In N. Signorielli & M. Morgan (Eds) **"Cultivation Analysis: New Directions of Media Effects Research"** (New Burypark: Sage Publications)

(50) Major, Ann Marie (1997) Pluralistic Ignorance and The Climate Of Opinion In Real-Time Disaster Prediction, International **Journal Of Public Opinion Research**, Vol.9, No.2,

(51) Matthew Mendelsohn (1996) "The Media and Interpersonal Communications: The Priming of Issues, Leaders and Party Identification", **The Journal of Politics**, vol. 58, No.1

(52) Michael B. Salwen & paul D. Driscoll (1997) Consequences of Third – person perception in support of press Restrictions in the O.J. Simpson Trial. **Journal of Communication**, vol. 47, no. 2,

(53) Michael Butzer & Lionel Marquitz (2000) "Public Opinion Formation In Swiss Federal Votes", **Paper Presented for the ECPR Joint Session of Workshops: Do Campaigns Matter ?**, 14-19 April 2000, Copenhagen,

(54) Michael F. Meffert & Peter R. Schrott (1996) "Television News and Political Attitudes: The 1990 German Election", **Paper Presented at the Annual Meeting of the American Political Science Association,** The San Francisco Milton and Towers, August 29- September 1, 1996.

(55) Michael Miller & Timothy Levine (1996) "Persuasion" In: Michael Salwen & Don W. Stacks (Eds.) **"An Integrated Approach to Communication Theory and Research"** (New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers),

(56) Michael Salwen & Michel Dupagne (1999) The Third- Person Effect: Perception of the Media's Influence and Immoral Consequences. **Communication Research**. Vol. 26, No. 5

(57) Michael Tarrant & Christine Overdevest (1997) "The Effect of Persuasive Communication Strategies on Rural Resident Attitudes Toward Ecosystem Management", **Society and Natural Resources,** vol.10,

(58) Michel Dupagne, Michael B. Salwen & Bryant paul (1999) Impact of Question order on the third- person Effect. **International Journal of public opinion research**, vol. 11, no. 4.

(59) Miller, Dale & MacFarland, Cathy (1991), "When Social Comparison Goes Away : The Case of Pluralistic Ignorance" in : J.Suls & T.Wills (EDS) Social Comparison : Contemporary Theory and Research, Hillsdate, NJ : Erlbaum,

(60) Miller, Dale & Prentice, Deborah (1994), Collective Errors and Errors about the Collective, Personality and Social Psychology Bulletin, Vol.20,No.5,.

(61) Noell-Neumann, Elizabeth (1993), The Spiral of Silence : Public Opinion – Our Social Skin, The University of Chicago Press,

(62) Paul Driscoll & Michael Salwen (1997) Self- perceived Knowledge of the O.J. Simpson Trial Third- person perception and perceptions of Guilt. **Journalism and Mass Communication Quarterly**, vol. 74, No. 3,

(63) Perloff, Richard (1993), Third – Person Effect Research (1983-1992) : A Review and Synthesis . **International Journal Of Public Opinion Research,** Vol.5, No.2,

(64) Philip J. Powlick & Andrew Z. Katz (1998) "Defining The American Public Opinion / Foreign Policy Nexus", **International Studies Quarterly,** vol. 42

(65) Prachant Malaviya et al. (1996) "The Effect of Type of Elaboration on Advertisement Processing and Judgment", **Journal of Marketing Research,** vol. XXXIII,.

(66) Prentice, Deborah & Miller, Dale (1993) "Pluralistic Ignorance and Alcohol use on Campus : Some Consequences of misperceiving the Social Norm, **Journal of Personality and Social Psychology,** Vol.64, No.2

(67) Prentice, Deborah & Miller, Dale (1996), Pluralistic Ignorance and The Perception Of Social Norms By Unwiting Actors,In Mark P.Zanna (ED) **Advanced in Experimental Social Psychology,** Vol.28, New York, Academic Press.

(68) R. Michael Alvarez & John Brehm (1995) "American Ambivalence Towards Abortion Policy: Development of "Heter-Oskedastic Probit Model of Competing Values", **American Journal of Political Science,** vol. 39, no. 4.

(69) Richard M. perloff (1993) Third – person Effect Research 1983-1992: A Review and Synthesis. **International Journal of public opinion Research,** vol. 5, no. 2

(70) Richard M. perloff (1996) perceptions and conceptions of political Media Impact: The third person Effect and Beyond. In: Ann crigler (ed) **The pyschology of political communication.** Ann Arbor: The University of Michigan press.

(71) Richard Petty & John Cacioppo (1990), Involvement and Persuasion: Tradition Versus Integration", **Psychological Bulletin,** vol. 107, no.3

(72) Robert Goildel et al., (1997) "Priming Theory and RAS Models: Toward an Integrated Perspective of Media Influence", **American Politics Quarterly,** vol. 25

(73) Robert K. Goidel, Todd G. Shields & Mark Peffley (1997) "Priming Theory and RAS Models: Toward An Integrated Perspective of Media Influence", **American Politics Quarterly,** vol. 25

(74) Russell J. Dalton, Paul A. Beck & Robert Huckfeldt (1998) "Partisan Cues and the Media: Information Flows in the Presidential Election", **American Political Science Review**, vol. 92, no. 1

(75) Sawen, Michael & Driscoll, Paul (1997), Consequences Of Third – Person Perception In Support Of Press Restinictions In The O.J. Simpson Trial. **Journal Of Communication**, Vol.47, No.2,

(76) Shamir & Jacob (1993), Pluralistic Ignorance Revisited : Perception of Opinion Distributions In Israel, **The International Journal of Public Opinion Research**, Vol.5

(77) Shamir, Jacob & Shamir, Michal (1997), Pluralistic Ignorance Across Issues and Overtime : Information Cues and Biases. **Public Opinion Quarterly**, Vol.61, No.

(78) Shamir, Jacob (1993) "Pluralistic Ignorance : Perception of Opinion Distributions in Israel ", **International Journal Of Public Opinion Research**, Vol.5, No. 1

(79) Shanto Iyengar & Adam Simon, (1993) "News Coverage of the Gulf Crisis and Public Opinion: A Study of Agenda-Setting, Priming, and Framing", **Communication Research**, vol. 20, no. 3

(80) Smith, G., Gerrard, M. & Gibbons, F. (1997) Self- Esteem and the Relation between Risk Behavior and perceptions of Vulnerability to Unplanned Pregnancy in College Women. **Health Psychology**, vol. 16 No. 2

(81) StevenE. Finkel (2000) "Can Tolerance be Taught ? Adult Civic Education and the Development of Democratic Values", **Paper Presented at the Conference "Rethinking Democracy in the New Millennium"**, University of Houston, February 16-19, 2000.

(82) Taeku Lee (1998) "Black Insurgency and The Dynamics of Racial Attitudes In The United States, 1956-64", **Paper Presented at the Annual Meeting of the American Political Science Association, Washington, D.C.**

(83) Taylor, Garth (1982), "Pluralistic Ignorance and The Spiral of Silence : A Formal Analysis, **Public Opinion Quarterly**, Vol.46, No.3

(84) Traugott, Michael (1992) " The Impact of Media Polls on The Public " In Thomas E.Mann & Gary R.Orren (EDS), **Media Polls in American Politics,** Washington, Dc., The Brookings Institution.

(85) Vallone, Robert ; Ross, Lee & Lepper, Mark (1985), " The Hostile Media Phenomenon : Biased Perception and Perceptions of Media Bias in Coverage of the Beirut Messacre ", **Journal Of Personality and Social Psychology,** Vol.49, No.3.

(86) Ven- Hwei Lo & Anna Paddon (2000) Third – Person perception and Support for pornography Restriction: Some Methodological problems. **International Journal of Public opinion Research**. Vol. 12, No. 1

(87) Vera Hoorens & Suzanne Ruiter (1996) The optimal Impact phenomenon: Beyond the Third person Effect. **European Journal of Social Psychology**. Vol. 26

(88) Vincent price & David Tewksbury (1996) Measuring The Third person Effect of News: The Impact of Questi order, Contrast and Knowledge. **International Journal of Public Opinion Research,** vol. 8

(89) Vincent price, David Tewksbury & Li-Ning Huang (1998) Third- person Effects on publication of a Holocaust- Denial Advertisement. **Communication Research**. Vol. 48. Spring.

(90) William Eveland & Douglas Mcleod (1999) The Effect of Social Desirability on perceived Media Impact: Implications for third person perceptions. **International Journal of public opinion Research**. Vol. 11, No. 4

(91) William Eveland et al (1999) Rethinking the Social Distance Corollary, Perceived Likelihood of Exposure and the Third-person perception. **Communication Research,** vol. 26 No. 3

(92) Wolfram Peiser & Jochen Peter (2000) Third- Person Perception of Television – Viewing Behavior, **journalism Quarterly**, vol. 50 Winter

(93) Zhongdang Pan & Gerald Kosicki (1997) "Priming and Media Impact on the Evaluations of the President's Performance", **Communication Research**, vol. 24, no.1.